

adalah berupa perubahan sikap. Dari sisi afektif, para *audience* yang mengakses informasi melalui akun Instagram @fisip_uajy menjadi lebih memperhatikan maupun menerima informasi yang diberikan dengan menjalankan informasi yang dibagikan di dalam proses pembelajaran perkuliahan. Tidak hanya itu, *audience* juga menjadi menanggapi informasi yang dibagikan dengan memberikan komentar maupun pemikiran mengenai apa yang mereka rasakan dalam kolom komentar dan fitur suka.

Hal ini dikarenakan pesan yang diberikan oleh akun Instagram @fisip_uajy dapat dimengerti dan dipahami dengan baik oleh *audiencenya*. Selain itu, pesan yang diterima oleh *audience* juga sudah diterima dan disetujui sehingga mereka bersedia untuk melakukan apa yang diinformasikan. Terakhir, dikarenakan tidak adanya hambatan yang berarti dalam proses komunikasi yang terjadi sehingga informasi dapat dengan mudah diterima dan dipahami oleh *audience*. Ketiga hal ini mengakibatkan hasil nyata pada proses perkuliahan itu sendiri. Salah satu contohnya yaitu di dalam proses belajar mengajar, para mahasiswa atau mahasiswi tidak perlu lagi menanyakan terkait dengan kebijakan universitas sehingga tidak mengganggu proses penyampaian materi di kelas. Selain itu, para mahasiswa dan mahasiswi juga sudah ter-*update* dengan hal-hal yang sedang berlangsung di area kampus.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui efektivitas akun Instagram @fisip_uajy dalam penyebaran informasi UAJY di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Prodi S1 Ilmu Komunikasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* kepada mahasiswa dan mahasiswi prodi Ilmu Komunikasi UAJY angkatan 2017, 2018, dan 2019 sebanyak 103 responden. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan program SPSS 25.

Penelitian ini menggunakan variabel efektivitas komunikasi dengan indikator pengukuran yang valid dan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,962. Pada hasil analisis menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi melalui Instagram @fisip_uajy sangat efektif dalam menyebarkan informasi di kalangan mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik S1 prodi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Hal tersebut dibuktikan tingginya hasil rasio efektivitas dengan penerapan teori Kelman (dalam Hamidi, 2010) yang mengukur efektivitas komunikasi dilihat dari aspek komunikan.

Pada teori Kelman (dalam Hamidi, 2010) terdapat proses Internalisasi, Identifikasi, dan Ketundukan untuk melihat sebuah keefektivitasan komunikasi. Dalam proses Internalisasi, responden percaya bahwa Instagram @Fisip_UAJY memberikan informasi yang kredibel dan

bisa dipercaya. Lalu dalam proses Identifikasi, responden sebagai penerima pesan menyatakan kepuasan mereka dalam memperoleh informasi dan berita yang dipaparkan, sehingga menerapkan informasi yang didapatkan oleh akun tersebut. Terakhir pada proses Ketaatan, responden menyatakan bahwa mereka mengikuti akun Instagram @Fisip_UAJY tanpa paksaan, tidak merasa terganggu dengan banyaknya unggahan informasi pada akun tersebut, dan mendapatkan tanggapan yang baik ketika mengirim pesan kepada akun tersebut.

Selain itu bukti keefektivitasan dari penyebaran akun Instagram @Fisip_UAJY yaitu pada jumlah total rasio uji keefektivitasan sebesar 95%. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa Instagram @Fisip_UAJY sangat efektif dalam menyebarkan informasi kepada mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

B. Saran

1. Saran Akademis

Pada penelitian ini dirasa masih memiliki banyak kekurangan yang dapat ditambahkan oleh peneliti selanjutnya agar penelitian serupa selanjutnya dapat terkemas dengan lebih baik dan lengkap. Maka dari itu peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya yang akan meneliti penelitian serupa untuk menggunakan teori komunikasi efektivitas dan

perspektif yang berbeda agar mendapatkan hasil penelitian dengan perspektif yang berbeda.

Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian mengenai mengapa efektivitas komunikasi pada penyebaran informasi media sosial Instagram

@fisip_uajy pada kalangan mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta ini masih belum mendapatkan angka yang maximal yaitu 100%. Sehingga peneliti selanjutnya dapat melihat faktor –faktor yang mempengaruhi tersebut dan memberikan solusi sehingga angka yang dicapai dapat maksimal.

2. Saran Praktis

Penggunaan media sosial Instagram sebagai penyebaran informasi kepada mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah berhasil dan dinilai sangat efektif. Namun peneliti menyarankan pengolahan media sosial Instagram @fisip_uajy untuk makin aktif dan terus berinovasi agar presentase efektivitas penyebaran informasi melalui akun tersebut semakin bertambah dan menjadi lebih baik lagi. Tidak hanya itu, peneliti juga memberikan saran agar dari pengelola media sosial Instagram @fisip_uajy dapat rutin melakukan interaksi dua arah dan terbuka terhadap segala tanggapan dari *audience* sehingga kedepannya akun Instagram @fisip_uajy tidak hanya membagikan

informasi yang dirasi penting namun juga dapat membagikan informasi yang sedang dibutuhkan oleh *audiencenya*.



DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. Rivai, dkk. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI.
- Alex, Sobur. 2006. *Semiotika Komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisa Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Alo, Liliweri. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group Zulian.
- Effendy, O. U. 2015. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Gibson, JL, dan Donnelly, JH. 2001. *Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Imam, Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lawrence. 2003. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn and Bacon.
- Muhammad, Arni. 2002. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2019. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Mufid, M. 2010. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- Riduwan. 2012. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Palazon, Maria. *The Media and Transformative Learning. ERIC Database and Reproductions Supplied by EDRS*. 2000. dalam Yaumi M. *Media Pembelajaran : Pengertian, Fungsi, dan Urgensinya bagi Anak Milenial*, 2017.
- Robert dkk.1986. *Instructional Media and The New Technologies of Instruction*. New York: Jhon Wiley and Sons dalam Sanjaya,Wina. 2012. *Media Komunikasi Pembelajaran*. (hal 57). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Roudhonah, 2019. *Ilmu Komunikasi*, Jakarta: UIN Press

- Sanusi, Anwar. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Severin, Werner J., dan James W. Tankard. Jr. 2001. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siagian, Sondang P. 2002. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Smaldino, Sharon E., Lowther, Deborah L., dan Russell, James D. 2008. *Instructional Technology and Media for Learning*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson.
- Sudarwan Danim. 2004. *Motivasi Kepemimpinan & Efektivitas Kelompok*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sulianta, Feri. 2015. *Keajaiban Media Sosial*. Jakarta: Elex Media Kompetindo.
- Syaiful Rohim. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Yaumi, M., Damopolii, M., & S.Sirate, S. F. (2016). *Modul Teknologi Pendidikan: Integrasi Pembelajaran Blended dalam Mata Kuliah Umum dan Matematika*. Makassar: LP2M UIN Alauddin. **Internet**
https://widuri.raharja.info/index.php?title=Media_Informasi. Diakses pada November 9, 2022.
- <https://mediaindonesia.com/humaniora/451206/pengertian-jenis-jenis-serta-fungsi-media>. Diakses pada tanggal 29 Oktober 2022
- Pahlevi, Reza. 07 Februari 2022. *Pengguna Internet di Dunia Capai 4,95 Miliar Orang Per Januari 2022*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/pengguna-internet-di-duniacapai-495-miliar-orang-per-januari-2022>
- Rizaty, Ayu Monavia. 3 Agustus 2021. *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-penggunainstagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>

Sendari, Ayu Anugerah. 1 Maret 2019. *Instagram Adalah Platform Berbagi Foto dan Video, Ini Deretan Fitur Canggihnya*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>

Instagram @Fisip_UAJY, Diakses dari https://instagram.com/fisip_uajy?igshid=YmMyMTA2M2Y=

Jurnal / Skripsi

Aer, Yosie. 2014. *Analisis Media Sosial 'Path' Sebagai Media Informasi di Kalangan Klub Basket Total E&P Indonesia Balikpapan*, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol 2, Nomor 4. Universitas Mulawarman Samarinda.

Dewi Rahmawati. 2016. *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online*. Skripsi. Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Gita Permatasari. 2016. *Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian "Yoghurt Cimory"*. Universitas Institut Pertanian Bogor.

Shadiqien, Shen. 2020. *Efektivitas Komunikasi Virtual Pembelajaran Daring Dalam Masa PSBB (Studi Kasus Pembelajaran Jarak Jauh Produktif Siswa SMK Negeri 2 Banjarmasin)*. Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi.

LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Hasil Uji Validitas

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	TOT
X1	Pearson Correlation	1	.862**	.864**	.879**	.859**	.717**	.763**	.861**	.790**	.578**	.9
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	
X2	Pearson Correlation	.862**	1	.852**	.836**	.774**	.686**	.661**	.902**	.708**	.489**	.8
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	
X3	Pearson Correlation	.864**	.852**	1	.795**	.826**	.623**	.633**	.895**	.752**	.529**	.8
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	
X4	Pearson Correlation	.879**	.836**	.795**	1	.867**	.755**	.734**	.881**	.837**	.504**	.9
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	
X5	Pearson Correlation	.859**	.774**	.826**	.867**	1	.733**	.778**	.820**	.819**	.594**	.9
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	
X6	Pearson Correlation	.717**	.686**	.623**	.755**	.733**	1	.881**	.691**	.863**	.670**	.8
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	
X7	Pearson Correlation	.763**	.661**	.633**	.734**	.778**	.881**	1	.702**	.936**	.703**	.8
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	
X8	Pearson Correlation	.861**	.902**	.895**	.881**	.820**	.691**	.702**	1	.792**	.524**	.8
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	
X9	Pearson Correlation	.790**	.708**	.752**	.837**	.819**	.863**	.936**	.792**	1	.683**	.9

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103
X10	Pearson Correlation	.578**	.489**	.529**	.504**	.594**	.670**	.703**	.524**	.683**	1	.7
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103
TO	Pearson Correlation	.915**	.863**	.862**	.906**	.909**	.879**	.899**	.898**	.936**	.741**	
TA	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
L	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Lampiran 2 Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	103	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	103	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.962	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	43.12	17.359	.896	.956
X2	43.10	17.677	.834	.959
X3	43.06	17.899	.835	.959
X4	43.12	17.104	.882	.956

X5	43.15	17.106	.887	.956
X6	43.18	16.505	.843	.958
X7	43.17	16.420	.869	.957
X8	43.08	17.641	.876	.957
X9	43.13	16.778	.919	.955
X10	43.20	16.752	.658	.969

3. Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

a. Item pernyataan memahami informasi yang disampaikan melalui postingan akun

Instagram @fisip_uajy dengan baik

Memahami informasi yang disampaikan melalui postingan akun Instagram @fisip_uajy dengan baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	17	16.5	16.5	17.5
	Sangat Setuju	85	82.5	82.5	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

b. Item pernyataan meyakini bahwa akun Instagram @fisip_uajy tidak menyebarkan postingan berupa informasi dan berita hoax/palsu

Meyakini bahwa akun Instagram @fisip_uajy tidak menyebarkan postingan berupa informasi dan berita hoax/palsu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	15	14.6	14.6	15.5
	Sangat Setuju	87	84.5	84.5	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

c. Item pernyataan meyakini bahwa akun Instagram @fisip_uajy sebagai sumber informasi FISIP UAJY yang terpercaya

Meyakini bahwa akun Instagram @fisip_uajy sebagai sumber informasi FISIP UAJY yang terpercaya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	11	10.7	10.7	11.7
	Sangat Setuju	91	88.3	88.3	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

d. Item pernyataan merasa puas dengan informasi dan berita yang dibagikan oleh akun Instagram @fisip_uajy

Merasa puas dengan informasi dan berita yang dibagikan oleh akun Instagram @fisip_uajy

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	2	1.9	1.9	2.9
	Setuju	13	12.6	12.6	15.5
	Sangat Setuju	87	84.5	84.5	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

e. Item pernyataan menerapkan informasi yang didapatkan dari akun Instagram @fisip_uajy

Menerapkan informasi yang didapatkan dari akun Instagram @fisip_uajy

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	1	1.0	1.0	1.9
	Setuju	18	17.5	17.5	19.4
	Sangat Setuju	83	80.6	80.6	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

f. Item pernyataan konten yang diposting oleh akun Instagram @fisip_uajy dikemas dengan kreatif

Konten yang diposting oleh akun Instagram @fisip_uajy dikemas dengan kreatif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	6	5.8	5.8	6.8
	Setuju	12	11.7	11.7	18.4
	Sangat Setuju	84	81.6	81.6	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

g. Item pernyataan tertarik dengan potensi yang dimiliki oleh FISIP UAJY setelah mendapatkan informasi dan berita dari postingan akun Instagram @fisip_uajy

Tertarik dengan potensi yang dimiliki oleh FISIP UAJY setelah mendapatkan informasi dan berita dari postingan akun Instagram @fisip_uajy

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Netral	3	2.9	2.9	4.9
	Setuju	14	13.6	13.6	18.4
	Sangat Setuju	84	81.6	81.6	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

h. Item pernyataan mengikuti akun Instagram @fisip_uajy tanpa paksaan dari pihak manapun

Mengikuti akun Instagram @fisip_uajy tanpa paksaan dari pihak manapun

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	13	12.6	12.6	13.6
	Sangat Setuju	89	86.4	86.4	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

i. Item pernyataan tidak pernah merasa terganggu dengan tampilan beranda yang penuh dengan update-an akun Instagram @fisip_uajy

Tidak pernah merasa terganggu dengan tampilan beranda yang penuh dengan update-an akun Instagram @fisip_uajy

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	3	2.9	2.9	3.9
	Setuju	12	11.7	11.7	15.5
	Sangat Setuju	87	84.5	84.5	100.0
	Total	103	100.0	100.0	

**j. Item pernyataan mendapatkan tanggapan yang baik ketika me-reply /
mengirim direct message kepada akun Instagram @fisip_uajy**

Mendapatkan tanggapan yang baik ketika me-reply / mengirim direct message kepada akun Instagram @fisip_uajy

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	2	1.9	1.9	2.9
	Netral	3	2.9	2.9	5.8
	Setuju	13	12.6	12.6	18.4
	Sangat Setuju	84	81.6	81.6	100.0
	Total	103	100.0	100.0	