

# Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram USS Feeds terhadap Pemenuhan Informasi

## *The Influence of Using the Instagram Social Media Account USS Feeds on Information Fulfillment*

Andre Alfaddil & Ria Wury Andary\*

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Politik  
Universitas Medan Area, Indonesia

Diterima: 26 Maret 2025; Direview: 26 Maret 2025; Disetujui: 03 April 2025

\*Corresponding Email: [riawuriandary@staff.uma.ac.id](mailto:riawuriandary@staff.uma.ac.id)

### Abstrak

Media sosial telah menjadi sumber informasi utama bagi generasi muda, menggantikan peran media konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atau mengetahui pengaruh penggunaan akun media sosial Instagram USS Feeds terhadap pemenuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area tahun ajaran 2021. Maka dari itu masalah difokuskan pada pengaruh penggunaan akun media sosial Instagram USS Feeds terhadap pemenuhan informasi. Sehingga untuk menyelesaikan masalah ini dipergunakan acuan seperti teori New media, agenda setting dan Uses and Gratifications. Data yang dikumpulkan melalui skala likert dan kuisioner serta dianalisis secara kuantitatif dan dengan penjelasan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan akun @ussfeeds berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan informasi mahasiswa dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$  dan  $R^2$  sebesar 82,2%. Temuan ini mendukung teori Uses and Gratifications dan Agenda Setting yang menjelaskan bahwa mahasiswa secara aktif memilih media sesuai kebutuhan dan media turut memengaruhi persepsi mereka terhadap isu penting. Penelitian ini merekomendasikan penguatan literasi digital agar mahasiswa lebih kritis dalam menerima informasi dari media sosial.

**Keywords:** Penggunaan Akun USS Feeds; Pemenuhan Informasi; Mahasiswa.

### Abstract

Social media has become the primary source of information for the younger generation, replacing the role of conventional media. This study aims to analyze and determine the effect of the use of USS Feeds' Instagram social media accounts on the fulfillment of information for Communication Science students of the University of Medan Area for the 2021 academic year. Therefore, the problem is focused on the influence of the use of USS Feeds' Instagram social media accounts on information fulfillment. So that to solve this problem, references such as New media theory, agenda setting, and Uses and Gratifications are used. The data were collected through a Likert scale and questionnaire and analyzed quantitatively and with descriptive explanations. The results showed that the use of the @ussfeeds account had a positive and significant effect on the fulfillment of student information, with a significance value of  $0.000 < 0.05$  and an  $R^2$  of 82.2%. These findings support the theory of Uses and Gratifications and Agenda Setting, which explains that students actively choose media according to their needs and that media also influences their perception of important issues. This study recommends strengthening digital literacy so that students are more critical in receiving information from social media.

**Keywords:** USS Feeds Account Usage; Information Fulfillment; Student.

**How to Cite:** Alfaddil, A., & Andary, R.W., (2025). Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram USS Feeds Terhadap Pemenuhan Informasi. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences (JEHSS)*. 7(4); 1418-1425



## PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat dalam memperoleh dan menyebarkan informasi. Media sosial muncul sebagai salah satu sarana utama dalam mengakses berbagai informasi dengan cepat dan mudah, menggantikan dominasi media konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi (Halimah, 2020; Manampiring, 2015). Di antara banyaknya platform media sosial, Instagram menjadi salah satu yang paling populer, khususnya di kalangan generasi muda. Keunikan Instagram terletak pada penyajian kontennya yang visual, cepat, dan interaktif, menjadikannya sebagai sumber informasi yang tidak hanya informatif tetapi juga menghibur. Mahasiswa sebagai bagian dari kelompok usia milenial dan Gen Z menjadi pengguna aktif Instagram dan menjadikannya sebagai rujukan utama dalam memenuhi berbagai kebutuhan informasi (Eliya & Zulaeha, 2017; Harahap et al., 2020).

Salah satu akun Instagram yang dikenal aktif membagikan konten informatif dan menarik bagi generasi muda adalah @ussfeeds. Akun ini dikenal sebagai platform media multi-kanal yang memproduksi dan menyebarkan berbagai konten digital yang menasar pada generasi milenial dan Gen Z. Kontennya meliputi berbagai topik, mulai dari fashion, musik, lifestyle, hingga berita populer dan fenomena sosial terkini. Dengan lebih dari ratusan ribu pengikut, @ussfeeds telah berhasil membangun reputasi sebagai salah satu sumber informasi alternatif yang dipercaya oleh kalangan muda urban di Indonesia. Pendekatan komunikatif, penggunaan bahasa yang ringan, serta penyajian visual yang menarik membuat akun ini semakin diminati, termasuk oleh kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi (Efrida & Diniati, 2020; Muhamad Hanif Ahda & Adli, 2023).

Mahasiswa Ilmu Komunikasi, khususnya di Universitas Medan Area, merupakan kelompok yang cenderung aktif dalam mencari informasi, baik untuk kebutuhan akademik maupun pengembangan wawasan umum. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa sebagian besar mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2021 di Universitas Medan Area mengikuti akun @ussfeeds dan menjadikannya sebagai salah satu sumber utama dalam mendapatkan informasi terkini. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak lagi hanya mengandalkan buku atau media konvensional, melainkan lebih tertarik pada media sosial sebagai media alternatif yang lebih sesuai dengan gaya hidup digital mereka.

Penggunaan media sosial, termasuk Instagram, tidak hanya berkaitan dengan konsumsi informasi, tetapi juga memiliki implikasi terhadap bagaimana informasi tersebut dipahami, disikapi, dan dimanfaatkan oleh audiensnya (Ansar, 2023; Komala & Rafiyah, 2022; Yusanda et al., 2021). Dalam konteks ini, penting untuk memahami apakah penggunaan akun @ussfeeds benar-benar memberikan kontribusi terhadap pemenuhan informasi para pengikutnya, terutama dalam hal akurasi, relevansi, dan kredibilitas informasi. Informasi yang cepat dan menarik tidak selalu menjamin kualitas dan kebenarannya. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk menelaah secara lebih dalam mengenai pengaruh nyata dari penggunaan akun Instagram tersebut terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa.

Dua teori utama digunakan untuk mendasari penelitian ini, yaitu Teori Agenda Setting dan Teori Uses and Gratifications. Teori Agenda Setting menjelaskan bagaimana media memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi masyarakat tentang isu-isu yang dianggap penting. Dalam konteks ini, akun Instagram seperti @ussfeeds dapat memainkan peran dalam menentukan topik-topik yang menjadi perhatian utama mahasiswa. Dengan konten yang dikemas secara menarik dan sering diperbarui, akun ini mampu memengaruhi isu-isu apa saja yang dianggap penting dan relevan oleh pengikutnya.

Di sisi lain, Teori Uses and Gratifications menekankan bahwa audiens adalah pengguna aktif yang secara sadar memilih media tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan teori ini, mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi mereka juga mencari informasi secara aktif berdasarkan kebutuhan pribadi mereka, baik untuk kepentingan akademik, hiburan, maupun sosial. Akun @ussfeeds yang menyajikan beragam topik dan pendekatan komunikatif yang adaptif terhadap perkembangan zaman menjadi pilihan yang relevan bagi mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Hal ini juga



mencerminkan adanya perubahan paradigma dari konsumsi media tradisional menuju konsumsi media digital yang lebih fleksibel dan personal.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan akun Instagram @ussfeeds dan pemenuhan informasi para pengikutnya. Penelitian yang dilakukan oleh Erizal (2024) menunjukkan bahwa penggunaan akun Instagram @ussfeeds memiliki hubungan yang kuat dengan pemenuhan informasi mahasiswa di UIN Sumatera Utara. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Sutrisno (2022) dan Oktaviani (2023), yang masing-masing menunjukkan adanya korelasi positif antara intensitas penggunaan akun @ussfeeds dengan kepuasan informasi yang diperoleh oleh para pengikut. Ini mengindikasikan bahwa akun media sosial tersebut mampu menyediakan konten yang sesuai dengan kebutuhan informasi target audiensnya.

Namun demikian, penggunaan media sosial sebagai sumber informasi juga menimbulkan tantangan tersendiri. Validitas informasi, bias dalam penyajian konten, serta kemungkinan terpapar informasi yang menyesatkan menjadi isu yang perlu diwaspadai. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara komprehensif apakah akun seperti @ussfeeds mampu memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa secara objektif dan kredibel, atau justru membentuk opini dan persepsi yang bias berdasarkan pola pemberitaan atau narasi tertentu.

Dalam konteks inilah penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan akun Instagram @ussfeeds terhadap pemenuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Stambuk 2021. Fokus utama penelitian ini adalah menilai sejauh mana intensitas dan cara penggunaan akun @ussfeeds memengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa terhadap informasi yang mereka peroleh. Apakah mahasiswa merasa kebutuhan informasinya terpenuhi melalui akun ini? Apakah mereka menganggap konten dari @ussfeeds sebagai sumber informasi yang kredibel dan relevan? Pertanyaan-pertanyaan ini akan dijawab melalui pendekatan ilmiah dan sistematis dalam penelitian ini.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data numerik yang dianalisis secara statistik (Sujarweni, 2015). Metode ini sesuai digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan akun Instagram USS Feeds terhadap pemenuhan informasi, tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel. Penelitian dilaksanakan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Stambuk 2021, dengan populasi sebanyak 176 mahasiswa. Sampel yang digunakan berjumlah 88 orang, ditentukan dengan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10%. Subjek penelitian adalah mahasiswa aktif yang menggunakan Instagram dan mengenal atau mengikuti akun @ussfeeds. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive, yakni hanya mereka yang memenuhi kriteria tersebut.

Data primer diperoleh melalui angket online (Google Forms) dengan skala Likert 1–5, untuk mengukur variabel persepsi dan sikap terhadap penggunaan akun USS Feeds dan pemenuhan informasi. Skala ini mengukur lima kategori sikap: Sangat Setuju (5), Setuju (4), Ragu-ragu (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). Data sekunder diperoleh dari jurnal, artikel, dan literatur pendukung yang relevan. Instrumen penelitian divalidasi melalui uji validitas dengan analisis korelasi Pearson, untuk mengukur keakuratan butir-butir pernyataan dalam kuesioner terhadap variabel penelitian. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Alpha Cronbach, dengan nilai reliabilitas  $\geq 0,7$  sebagai indikator bahwa kuesioner tersebut konsisten dan dapat diandalkan (Sugiyono, 2014).

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk melihat distribusi data, serta dilakukan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis (uji t), dan perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (penggunaan akun USS Feeds) terhadap variabel terikat (pemenuhan informasi mahasiswa). Dengan metode ini, peneliti dapat mengukur dan menganalisis secara objektif hubungan antara intensitas penggunaan akun media sosial Instagram USS Feeds dengan tingkat



pemenuhan informasi mahasiswa. Desain ini memungkinkan peneliti menjawab tujuan penelitian dengan dukungan data statistik yang dapat diuji validitas dan reliabilitasnya secara ilmiah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara keseluruhan mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian memberikan pernyataan tambahan setelah mengisi kuisioner bahwa dengan mengikuti akun *USS Feeds* (@ussfeeds) mereka bisa mendapatkan informasi terbaru mengenai *trend fashion*, gaya hidup, budaya, musik, teknologi, dan olahraga, serta mengetahui seputar tokoh-tokoh berpengaruh di Indonesia yang bisa menjadi inspirasi generasi muda terkhususnya para mahasiswa dalam menjalankan kehidupan sehari-hari.

### Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Kuisioner	r - hitung	r - tabel	Hasil
Variabel Penggunaan Akun Media Sosial Instagram <i>USS Feeds</i> (X)	Frekuensi	Q1	0.875	0.207	Valid
	Penggunaan	Q2	0.863	0.207	Valid
	Durasi Penggunaan	Q3	0.601	0.207	Valid
		Q4	0.897	0.207	Valid
	Intensitas Interaksi	Q5	0.839	0.207	Valid
		Q6	0.788	0.207	Valid
	Jenis Konten yang Diakses	Q7	0.863	0.207	Valid
		Q8	0.786	0.207	Valid
	Kepercayaan terhadap Sumber	Q9	0.840	0.207	Valid
		Q10	0.874	0.207	Valid
Variabel Pemenuhan Informasi Mahasiswa Ilkom UMA (Y)	Ketersediaan Informasi	Q11	0.818	0.207	Valid
		Q12	0.893	0.207	Valid
	Kualitas Informasi	Q13	0.831	0.207	Valid
		Q14	0.828	0.207	Valid
	Relevansi Informasi	Q15	0.829	0.207	Valid
		Q16	0.880	0.207	Valid
	Kemudahan Akses	Q17	0.845	0.207	Valid
		Q18	0.843	0.207	Valid
	Pengaruh terhadap Wawasan	Q19	0.821	0.207	Valid
		Q20	0.889	0.207	Valid

Sumber Tabel: (Data primer diolah SPSS, 2025)

Pada keterangan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil pada setiap jawaban kuisioner para responden adalah valid, karena terlihat bahwa hasil semuanya r-hitung > r-tabel.

### Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Penggunaan Akun Media Sosial Instagram <i>USS Feeds</i>	0.976	0.70	Reliable
Pemenuhan Informasi	0.976	0.70	Reliable

Sumber Tabel: (Data primer diolah SPSS, 2025)

Melalui hasil tabel tersebut, diasumsikan instrumentnya reliable, hal dibuktikan dengan hasil *Cronbachs Alpha* bernilai diatas 0.70.

### Hasil Uji Normalitas

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual		
<b>N</b>		<b>88</b>
Normal Parametersa	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.295
Most Extreme Differences	Absolute	0.113
	Positive	0.113
	Negative	-108
Kolmogorov-Smirnov Z		1.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.210

a. Test distribution is Normal.

Sumber Tabel: (Data primer diolah SPSS, 2025)

Pada proses uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov, menunjukkan hasil pada tabel diatas, bahwasanya Asymp. Sig (2-tailed)-nya sejumlah 0.210. Maka hasil tersebut dinyatakan lebih besar dari 0.05, sehingga diasumsikan datanya mencukupi kriteria residual yang terdistribusi normal.

### Hasil Uji Hipotesis

**Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis**

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.580	1.700		2.694	0.000
	Penggunaan Akun Media Sosial Instagram USS Feeds	0.860	0.043	0.907	19.953	0.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Informasi Mahasiswa Ilkom UMA

Sumber Tabel: (Data primer diolah SPSS, 2025)

Berdasarkan hasil tabel uji hipotesis diatas terlihat nilai t-hitung > t-tabel (19.953 > 1.662) dari nilai signifikansi 0.000 < 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima atau variabel Penggunaan Akun Media Sosial Instagram *USS Feeds* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pemenuhan Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area (Y).

### Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.907	0.822	0.820	3.315

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Akun Media Sosial Instagram USS Feeds

b. Dependent Variable: Pemenuhan Informasi Mahasiswa Ilkom UMA

Sumber Tabel: (Data primer diolah SPSS, 2025)

Berdasarkan pada tabel yang ada diatas, maka diperoleh nilai R Square sebesar 0,822, yang berarti 82,2% dari data tersebut dapat dijelaskan bahwa penggunaan akun media sosial Instagram *USS Feeds* dipengaruhi oleh variabel bebas, sementara sisanya, yaitu 17,8%, dijelaskan oleh faktor-faktor di luar kajian ini yang artinya mahasiswa mencari sumber lainnya sebagai pemenuhan informasi.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Stambuk 2021, ditemukan bahwa penggunaan akun Instagram USS Feeds memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan informasi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa akun media sosial seperti USS Feeds memiliki peranan penting dalam menyampaikan informasi yang relevan, cepat, dan mudah diakses oleh generasi muda, khususnya kalangan mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan teori Uses and Gratifications yang menyatakan bahwa individu secara aktif memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Karunia et al., 2021). Mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial cenderung memanfaatkan Instagram, termasuk akun USS Feeds, untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka mengenai isu-isu terkini dalam bidang gaya hidup, budaya populer, musik, hingga perkembangan sosial yang terjadi di sekitar mereka.

USS Feeds menjadi salah satu sumber informasi yang dipercaya karena penyajian kontennya yang menarik secara visual dan naratif, serta relevan dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa. Hal ini diperkuat oleh data kuesioner yang menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dan sangat setuju bahwa mereka memperoleh informasi penting dari akun tersebut. Informasi yang disampaikan USS Feeds tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga menyentuh isu sosial, teknologi, dan budaya populer, yang menjadikan akun ini tidak sekadar media hiburan, melainkan juga sebagai sumber literasi digital informal. Dalam konteks ini, teori agenda setting juga turut menjelaskan fenomena ini, di mana USS Feeds secara tidak langsung membentuk persepsi mahasiswa tentang isu-isu yang dianggap penting melalui frekuensi dan cara penyajian informasi (Efendi et al., 2023).

Dari hasil analisis regresi linear sederhana yang dilakukan, diperoleh nilai signifikansi di bawah 0,05 yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara penggunaan akun Instagram USS Feeds terhadap pemenuhan informasi. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang cukup tinggi juga menunjukkan bahwa variabel independen (penggunaan akun USS Feeds) mampu menjelaskan sebagian besar variabel dependen (pemenuhan informasi). Artinya, semakin intensif mahasiswa menggunakan akun tersebut, semakin tinggi pula tingkat pemenuhan informasi yang mereka rasakan. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno (2022) dan Oktaviani (2023) yang menyatakan bahwa akun Instagram USS Feeds mampu memenuhi kebutuhan informasi penggunanya secara efektif dan signifikan. Bahkan, penelitian Oktaviani menunjukkan korelasi positif yang sangat kuat (0,873) antara unggahan akun USS Feeds dengan kebutuhan informasi followers-nya.

Hasil penelitian ini juga mencerminkan bahwa mahasiswa tidak lagi hanya mengandalkan media massa tradisional seperti televisi atau surat kabar untuk mendapatkan informasi, melainkan lebih memilih media sosial yang menyediakan konten yang lebih personal, mudah diakses, dan sesuai dengan gaya hidup mereka. USS Feeds sebagai akun media sosial dengan segmentasi generasi Z dan milenial telah memanfaatkan pendekatan visual dan gaya bahasa yang ringan namun informatif untuk menarik perhatian audiens. Hal ini relevan dengan gagasan Boyd dan Ellison (dalam Mulyono, 2021) yang menyatakan bahwa media sosial memungkinkan individu untuk membangun identitas, berbagi informasi, dan membentuk jaringan sosial secara lebih luas dan interaktif.

Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa jenis konten yang paling banyak memberikan pemenuhan informasi adalah konten berita terkini, perkembangan gaya hidup, serta konten-konten tentang tren teknologi dan musik. Mahasiswa merasa bahwa mereka lebih cepat mengetahui isu yang sedang ramai dibicarakan melalui unggahan akun tersebut, terutama karena algoritma Instagram memungkinkan mereka untuk mendapatkan update secara real-time. Ini sejalan dengan temuan Aji dan Dwhantoro (2024) yang menyatakan bahwa pengguna Instagram @ussfeeds mencari informasi yang relevan dan merasa puas karena kontennya sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam kerangka teori Uses and Gratifications, motivasi mahasiswa dalam mengakses akun ini dapat dikategorikan sebagai pencarian informasi (information seeking), pengawasan lingkungan (surveillance), serta hiburan (entertainment).

Menariknya, dari hasil survei juga diketahui bahwa mahasiswa tidak hanya mengonsumsi konten secara pasif, melainkan juga aktif berdiskusi, membagikan kembali, atau bahkan mengomentari unggahan akun USS Feeds. Hal ini menunjukkan adanya partisipasi aktif dari pengguna, yang memperkuat fungsi media sosial sebagai media dua arah. Aktivitas ini menggambarkan pergeseran paradigma komunikasi dari model linier menjadi model interaktif, di mana audiens tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga sekaligus produsen informasi (prosumer). Konsep ini menjadi inti dari teori new media yang dikemukakan oleh Lev Manovich dan Terry Flew (Suryandari, 2021), bahwa media digital memungkinkan terjadinya interaktivitas, partisipasi, dan personalisasi dalam konsumsi informasi.

Dalam konteks akademik, penggunaan akun USS Feeds juga dapat memperluas wawasan mahasiswa mengenai isu-isu aktual di luar kurikulum formal. Konten-konten yang disajikan kerap mengangkat isu sosial dan budaya yang dapat memperkaya pemahaman mahasiswa terhadap dinamika masyarakat. Namun, temuan ini juga menggarisbawahi perlunya literasi digital agar mahasiswa mampu memilah informasi yang akurat dan kredibel di tengah derasnya arus informasi. Beberapa responden menyatakan bahwa mereka kadang menemukan informasi yang belum jelas sumbernya atau bersifat opini pribadi. Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan untuk terus mendorong pengembangan literasi informasi di kalangan mahasiswa agar mampu menjadi konsumen informasi yang cerdas dan kritis.

Selain itu, peran visual dan narasi dalam konten yang disajikan oleh USS Feeds menjadi aspek penting yang menarik perhatian mahasiswa. Akun ini memanfaatkan kekuatan storytelling visual yang mampu menyederhanakan isu kompleks menjadi lebih mudah dipahami. Gaya penyampaian ini sangat efektif dalam membangun koneksi emosional dengan audiens, yang pada akhirnya meningkatkan keterlibatan dan retensi informasi. Ini menguatkan temuan penelitian Darmawan, Darmawan et al., (2024) yang menunjukkan bahwa konten media sosial @ussfeeds efektif dalam menyampaikan pesan berdasarkan analisis kuartil responden.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa akun Instagram USS Feeds memiliki pengaruh signifikan terhadap pemenuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area angkatan 2021. Akun ini menjadi bagian dari ekosistem media digital yang tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga membentuk cara pandang dan perilaku informasi audiensnya. Melalui pendekatan konten yang sesuai dengan selera generasi muda, USS Feeds mampu memainkan peran penting dalam agenda setting dan pemenuhan kebutuhan informasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan kajian media sosial dalam konteks komunikasi massa dan literasi digital.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan akun media sosial Instagram USS Feeds berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pemenuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Stambuk 2021. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai signifikansi  $< 0,05$  dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 82,2%, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar variasi dalam pemenuhan informasi mahasiswa dapat dijelaskan oleh intensitas penggunaan akun tersebut. Temuan ini menguatkan relevansi teori Uses and Gratifications dan Agenda Setting dalam konteks media sosial, di mana mahasiswa secara aktif memilih akun @ussfeeds sebagai sumber informasi yang dianggap cepat, menarik, dan relevan dengan kebutuhan mereka. Selain memenuhi kebutuhan informasi akademik dan sosial, akun ini juga berhasil membentuk persepsi isu-isu penting di kalangan mahasiswa melalui pendekatan visual dan naratif yang interaktif. Dengan demikian, keberadaan akun @ussfeeds dapat dipandang sebagai media alternatif yang efektif dalam mendukung literasi informasi digital di kalangan mahasiswa, meskipun tetap diperlukan penguatan literasi digital kritis untuk menilai validitas dan objektivitas informasi yang diterima.

## DAFTAR PUSTAKA



- Aji, A. K., & Prihatin Dwi Santoro. (2024). Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Pengguna (Survei Pada Pengakses Akun Instagram @ussfeed). *Jurnal Audiens*, 5(2), 334–348. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i2.374>
- Ansar, A. (2023). Pengaruh Intensitas Iklan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Nathiqiyah*, 6(2), 8–14. <https://doi.org/10.46781/nathiqiyah.v6i2.767>
- Darmawan, R. M., Sari, W. P., & Fatimah, A. N. (2024). Efektivitas konten media sosial @ussfeeds (Survei pada followers Instagram @ussfeeds periode bulan Mei 2024). *Jurnal Ilmu Komunikasi Modern*, 8(2), 120–135.
- Efendi, A., Taufiqurrohmah, M., Supriadi, S., & Kuswananda, D. (2023). *Teori-teori komunikasi: Perspektif dan penerapan dalam penelitian*. Literasi Nusantara.
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Eliya, I., & Zulaeha, I. (2017). Model Komunikasi Politik Ridwan Kamil Di Media Sosial Instagram: Kajian Sosiolinguistik. *Dialektika - Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(2), 205–223. <https://doi.org/10.15408/dialektika.v4i2.5540>
- Erizal, N., Kholil, S., & Yasmin, N. (2024). Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @Ussfeeds Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 12(1), 34–45.
- Halimah, D. N. (2020). *Studi Deskriptif Mengenai Happiness pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Kota Bandung*.
- Harahap, M., Siregar, N. S. S., & Novri, N. (2020). Peranan Pesan Dakwah di Instagram Terhadap Meningkatnya Minat Keagamaan Mahasiswa Psikologi UMA. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 2(2), 137–143. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i2.352>
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah. (2021). *Teori komunikasi: Teori-teori dalam studi komunikasi dan media*. Deepublish.
- Komala, K., & Rafiyah, I. (2022). Gambaran Fear of Missing Out (FoMO) pada mahasiswa fakultas keperawatan. *Journal of Nursing Care*, 5(1), 1–11.
- Manampiring, R. A. (2015). Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri I Manado. *Jurnal Acta Diurna*, IV(4), 1–8.
- Muhamad Hanif Ahda, & Adli. (2023). Strategi Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran digital pada Batik Malai. In *Jurnal Kolaboratif Sains* (Vol. 6, Issue 7, pp. 683–690). <https://doi.org/10.56338/jks.v6i7.3796>
- Mulyono, B. H. (2021). Pengaruh fomo terhadap social connectedness yang dimediasi oleh penggunaan media sosial. *Buletin Penelitian Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(2), 1190–1198.
- Oktaviani, V. M. (2023). Hubungan Unggahan Akun Instagram@ Ussfeeds Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Followers-Nya. *Jurnal Komunikasi Dan Informasi Publik*, 6(2), 88–97. <http://repository.unpas.ac.id/64585/>
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Bumi Aksara.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian: Lengkap dengan contoh proposal skripsi, tesis, dan disertasi*. Pustaka Baru Press.
- Suryandari, N. (2021). New Media Dan Komunikasi Antarbudaya. In *Jurnal Sosioteknologi* (Vol. 20, Issue 3). CV. Citra Karya. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2021.20.3.8>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>

