

HUBUNGAN KUALITAS INFORMASI TENTANG PROGRAM KAMPUS MERDEKA PADA INSTAGRAM @LLDIKTIWILAYAH4 DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS*

Ervina Nur Nissa ^{1*}; Saleha Rodiah²; Asep Saeful Rohman³
^{1,2,3}Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia; ervina19001@mail.unpad.ac.id¹;
saleha.rodiah@unpad.ac.id²; asep.saeful@unpad.ac.id³
*Correspondence : ervina19001@mail.unpad.ac.id

ABSTRAK

Kampus merdeka saat ini menjadi topik yang diminati di kalangan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, saat ini banyak pihak yang mulai menyajikan informasi terkait topik tersebut, salah satunya LLDIKTI Wilayah IV yang aktif menyajikannya melalui Instagram. Instagram LLDIKTI Wilayah IV dengan *username* @lldiktiwilayah4 memiliki jumlah *followers* terbanyak dari 16 LLDIKTI yang ada di Indonesia, sehingga diharapkan mampu memenuhi kebutuhan informasi *followers* dengan menyajikan informasi yang berkualitas. Dengan begitu, untuk mengetahui status kualitas informasi pada Instagram @lldiktiwilayah4, pada penelitian ini peneliti melakukan pengkajian terhadap kualitas informasi tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara dimensi waktu, dimensi isi, dan dimensi bentuk tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan studi korelasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi waktu, dimensi isi, dan dimensi bentuk tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, sehingga diketahui bahwa terdapat korelasi antara kualitas informasi dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Instagram @lldiktiwilayah4 telah mampu menyajikan informasi tentang kampus merdeka secara berkualitas, yaitu dengan memenuhi setiap indikator pada dimensi waktu, dimensi isi, dan dimensi bentuk, sehingga kebutuhan informasi *followers* tentang kampus merdeka dapat terpenuhi.

Kata kunci

Kampus Merdeka, Kebutuhan Informasi, Kualitas Informasi, LLDIKTI Wilayah IV

ABSTRACT

Kampus merdeka program currently is a topic of interest among Indonesians. Therefore, currently many parties have begun to present information related to this topic, one of which is LLDIKTI Region IV which actively presents it through Instagram. Instagram LLDIKTI Region IV with the *username* @lldiktiwilayah4 has the highest number of followers of the 16 LLDIKTI in Indonesia, so it is expected to be able to meet the information needs of followers by presenting quality information. The purpose of this study was to determine the relationship between the time dimension, content dimension, and form dimension of information about the kampus merdeka program on the @lldiktiwilayah4 Instagram with the fulfillment of followers' information needs. The research method used is quantitative research method with correlational studies. The results showed that there was a significant relationship between the time dimension, content dimension, and form dimension of information about the kampus merdeka program on the @lldiktiwilayah4 Instagram with the fulfillment of followers' information needs, so it is known that there is a correlation between information quality and

fulfillment of information needs. Thus it can be concluded that the @lldiktiwilayah4 Instagram account has been able to present information about the kampus merdeka program in a quality manner, namely by fulfilling each indicator in the time dimension, content dimension, and form dimension, so that followers' information needs about the kampus merdeka program can be fulfilled.

Keywords

Kampus Merdeka, Information Needs, Information Quality, LLDIKTI Region IV

Pendahuluan

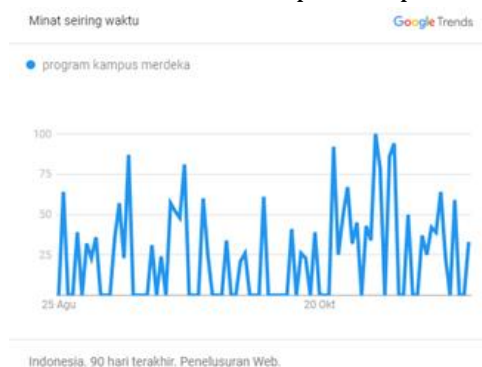
Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi membuat media komunikasi konvensional kini tergantikan oleh media baru yang lebih efisien berupa internet yang telah melahirkan media sosial. Kehadiran media sosial menyebabkan penyebaran informasi menjadi semakin cepat. Selain itu, cara untuk mengakses dan memperoleh informasi pun menjadi semakin mudah, sehingga media sosial kini menjadi sumber informasi dan kebutuhan utama masyarakat (Sampurno et al., 2020). Melalui media sosial masyarakat menjadi mudah dalam menjawab beragam pertanyaan yang muncul dalam kehidupannya, salah satunya mengenai pendidikan tinggi.

Informasi yang berkaitan dengan pendidikan tinggi kini semakin mudah diakses melalui media sosial. Hal tersebut merupakan sebuah upaya untuk mengefektifkan pencarian dan pemberian informasi terkait pendidikan tinggi, dengan harapan kebutuhan masyarakat akan informasi terkait pendidikan tinggi tersebut dapat terpenuhi. Adapun salah satu topik informasi yang berkaitan dengan pendidikan tinggi yang tengah ramai di kalangan masyarakat saat ini adalah mengenai kampus merdeka.

Kampus Merdeka merupakan sebuah program yang diluncurkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) pada tahun 2020 dengan tujuan untuk menciptakan sebuah budaya belajar yang inovatif, tidak mengekang, dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa (Diktiristek, 2020). Kampus Merdeka menjadi langkah positif dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia dan memantapkan kesiapan mahasiswa untuk menjadi inovator dan pemimpin dalam berbagai bidang (Anggini, Asbari, & Permata Noor, 2023). Dengan adanya Program Kampus Merdeka, perguruan tinggi diharapkan mampu memberi kebebasan dan menyediakan kegiatan Kampus Merdeka yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mahasiswa.

Kehadiran kampus merdeka yang terbilang cukup baru, yaitu 3 tahun terhitung hingga saat ini dan dengan beragam kegiatan yang ditawarkannya membuat masyarakat tertarik untuk bisa menggali informasi lebih mendalam terkait hal tersebut. Oleh karena itu, masyarakat mulai melakukan pencarian informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi terkait kampus merdeka. Adapun pada grafik yang ditampilkan oleh *Google Trends*, sebuah *tools* dari *Google* yang menampilkan grafik terkait topik yang sedang populer dalam pencarian, menunjukkan bahwa topik mengenai kampus merdeka telah menjadi salah satu topik yang diminati di kalangan masyarakat Indonesia.

Gambar 1. Grafik Trends Topik Kampus Merdeka



Sumber: *Google Trends*, 2023

Berdasarkan grafik *Google Trends* Indonesia tersebut diketahui bahwa topik terkait Kampus Merdeka menjadi topik yang diminati di kalangan masyarakat Indonesia meskipun popularitas pencariannya mengalami turun naik. Adapun diketahui bahwa popularitas topik kampus merdeka mengalami peningkatan apabila mendekati pendaftaran kegiatan kampus merdeka.

Salah satu pihak yang aktif menyajikan informasi terkait kampus merdeka melalui media sosial adalah LLDIKTI Wilayah IV. LLDIKTI Wilayah IV atau Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV merupakan satuan kerja di bawah Kemendikbudristek yang memiliki tugas dan fungsi dalam melaksanakan fasilitasi peningkatan mutu penyelenggaraan pendidikan tinggi di wilayah kerjanya, yaitu Jawa Barat dan Banten.

Penggunaan media sosial oleh LLDIKTI Wilayah IV dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dalam menginformasikan seluruh kebijakan terkait pendidikan tinggi untuk pencapaian indikator kinerja LLDIKTI Wilayah IV serta kebijakan dan program Kemdikbudristek, yaitu kampus merdeka. Dari ragam media sosial yang dimiliki oleh LLDIKTI Wilayah IV, Instagram dipilih sebagai media komunikasi dan informasi utama sejak tahun 2018. LLDIKTI Wilayah IV merasa bahwa Instagram mampu menjadi media penyebaran informasi yang cepat dan tepat kepada *stakeholdernya* karena mengingat bahwa sejak dulu hingga saat ini Instagram menjadi salah satu media sosial yang sering diakses oleh masyarakat. Hal tersebut dibuktikan dengan laporan yang disampaikan oleh DataReportal (2023), pada laporan yang berjudul “Digital 2023 Indonesia”, bahwa Instagram menjadi *platform* media sosial kedua setelah WhatsApp yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Dari 16 LLDIKTI yang ada di Indonesia, LLDIKTI Wilayah IV termasuk ke dalam LLDIKTI dengan pengelolaan Instagram terbaik diantara LLDIKTI lainnya. Hal tersebut dibuktikan dengan diperolehnya penghargaan pada ajang Anugerah Diktiristek tahun 2022 dan diperolehnya jumlah *followers* Instagram terbanyak diantara LLDIKTI lainnya.

Tabel 1. Perbandingan Jumlah Followers LLDIKTI di Indonesia per Agustus 2023

No	Lembaga	Akun Instagram	Followers	No	Lembaga	Akun Instagram	Followers
1	LLDIKTI Wilayah 1	@humas.lldikti1	3,938	9	LLDIKTI Wilayah 9	@lldikti9	13,300
2	LLDIKTI Wilayah 2	@lldiktii2	6,604	10	LLDIKTI Wilayah 10	@lldikti.10	5,707

3	LLDIKTI Wilayah 3	@humas.lldikti3	12,600	11	LLDIKTI Wilayah 11	@lldikti_11	5,722
4	LLDIKTI Wilayah 4	@lldiktiwilayah4	14,300	12	LLDIKTI Wilayah 12	@humas_lldikti12	1,045
5	LLDIKTI Wilayah 5	@lldikti5	4,218	13	LLDIKTI Wilayah 13	@humaslldikti13	3,824
6	LLDIKTI Wilayah 6	@lldikti6	8,240	14	LLDIKTI Wilayah 14	@lldikti14	1,116
7	LLDIKTI Wilayah 7	@lldikti7	6,085	15	LLDIKTI Wilayah 15	@lldiktiwilayahxv	465
8	LLDIKTI Wilayah 8	@lldiktiwilayah8	4,809	16	LLDIKTI Wilayah 16	@lldiktiwil16	1,022

Sumber: Hasil penelitian, 2023

Instagram yang telah menjadi media komunikasi dan informasi utama milik LLDIKTI Wilayah IV dan telah memperoleh penghargaan tersebut nyatanya masih terdapat permasalahan di dalamnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola Instagram @lldiktiwilayah4 pada 22 September 2023, disampaikan bahwa LLDIKTI Wilayah IV tak jarang mendapatkan laporan bahwa informasi yang dipublikasikan melalui Instagram, salah satunya mengenai Kampus Merdeka masih ada yang telat sampai kepada *stakeholder*. Hal tersebut diketahui dari hasil laporan *stakeholder* LLDIKTI Wilayah IV yang disampaikan secara personal kepada pihak LLDIKTI Wilayah IV bahwa informasi yang disajikan di Instagram tersebut belum tersampaikan kepadanya.

Dengan adanya permasalahan yang terjadi dalam proses penyebaran informasi pada Instagram @lldiktiwilayah4 menunjukkan bahwa LLDIKTI Wilayah IV perlu melakukan pengkajian terkait kualitas informasi yang disajikannya. Hal tersebut perlu dilakukan agar informasi yang disajikan pada Instagram @lldiktiwilayah4 adalah informasi yang tepat dan bermanfaat bagi *stakeholder*. Hal tersebut sejalan dengan asumsi dari teori kualitas informasi yang dikemukakan oleh O'Brien dan Marakas (2010), yaitu disampaikan bahwa informasi yang sudah ketinggalan zaman, tidak akurat, atau sulit dipahami tidak akan lagi bermanfaat bagi masyarakat, baik untuk kebutuhan masyarakat itu sendiri secara pribadi maupun bisnis, sehingga masyarakat memerlukan informasi yang berkualitas tinggi.

Untuk mengetahui kualitas informasi, perlu dilakukan penilaian oleh suatu lembaga, organisasi, ataupun yang lainnya, karena jika tidak, maka tidak akan diketahui status dari kualitas informasi tersebut dan tidak dapat memantau peningkatannya (Lee, Strong, Kahn, & Wang, 2002). Dengan adanya pengukuran terhadap kualitas informasi diharapkan suatu lembaga atau organisasi dapat terus meningkatkan kualitas informasi yang dimilikinya agar mampu memenuhi kebutuhan informasi khalayak. Oleh karena itu, Instagram @lldiktiwilayah4 perlu melakukan pengukuran kualitas informasi agar diketahui statusnya tingkat kebermanfaatannya.

Adapun penelitian yang berkaitan dengan kualitas informasi pada media sosial telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, salah satunya adalah oleh Noorallifa Adhienda Putri, Prijana, dan Asep Saeful Rohman. Pada penelitiannya yang berjudul "Hubungan Kualitas Informasi Akun Instagram @Seputar.Aespa Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers" disampaikan bahwa informasi yang berkualitas memiliki hubungan yang signifikan dengan pemenuhan informasi masyarakat. Informasi

dapat dikatakan berkualitas apabila informasi tersebut memenuhi aspek relevansi, keakuratan, ketepatan waktu, dan ketepatan informasi. Selain itu, dalam penelitian tersebut disampaikan pula bahwa sebuah media sosial perlu detail dalam melakukan pengecekan terhadap informasi yang akan diunggah pada media sosial tersebut agar tidak terjadi kesalahan.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti kemudian tertarik untuk melakukan penelitian terkait hubungan kualitas informasi tentang kampus merdeka dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Adapun pengukuran kualitas informasi dalam penelitian ini peneliti mengacu pada indikator kualitas informasi menurut O'Brien dan Marakas (2010), sedangkan untuk mengukur pemenuhan kebutuhan informasi *followers* peneliti mengacu pada indikator kebutuhan informasi menurut Katz, Gurevitch, dan Haas (1973), yang terdiri dari kebutuhan kognitif, afektif, integrasi sosial, dan integrasi personal.

Dengan adanya penelitian yang berfokus mengkaji kualitas informasi tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 dan kebutuhan informasi *followers* ini diharapkan dapat membantu pihak LLDIKTI Wilayah IV untuk mengetahui status kualitas informasi yang disajikannya dan membantu memberikan masukan kepada LLDIKTI Wilayah IV agar Instagram @lldiktiwilayah4 dapat terus meningkatkan kualitas informasinya guna memenuhi kebutuhan informasi *followers*. Maka, berdasarkan permasalahan dan teori tersebut peneliti merancang hipotesis mayor sebagai berikut.

H0 : Kualitas informasi tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 tidak berhubungan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

H1 : Kualitas informasi tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 berhubungan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan studi korelasional. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang menggunakan angka sebagai data penelitiannya dan statistik untuk menganalisis data tersebut (Sugiyono, 2013). Adapun korelasional merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel dalam penelitian (Arikunto, 2016). Dalam penelitian korelasional diterangkan mengenai sejauh mana hubungan atau korelasi antar variabel dalam penelitian dan tingkat signifikansi terbukti tidaknya hipotesis. Oleh karena itu, metode penelitian kuantitatif dengan studi korelasional dipilih dalam penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui hubungan antar variabel.

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini diantaranya adalah variabel bebas (Variabel X), yaitu kualitas informasi tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 yang terbagi ke dalam tiga sub variabel, yaitu dimensi waktu (X_1), dimensi isi (X_2), dan dimensi bentuk (X_3), sedangkan variabel terikat (Variabel Y), yaitu pemenuhan kebutuhan informasi *followers* terbagi ke dalam empat indikator, yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, dan kebutuhan integrasi sosial.

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan skala nominal dan ordinal. Kuesioner dengan skala nominal digunakan untuk mengukur data responden, sedangkan skala ordinal digunakan untuk mengukur data penelitian yang berkaitan dengan variabel. Adapun skala ordinal yang digunakan adalah skala Likert.

Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* aktif Instagram @lldiktiwilayah4, yaitu *followers* yang melakukan interaksi dengan Instagram @lldiktiwilayah4 pada Bulan Agustus 2023. Adapun *followers* tersebut adalah berjumlah sebanyak 395 *followers*. Berdasarkan jumlah populasi tersebut diperoleh sampel dengan jumlah 80 orang yang diperoleh berdasarkan perhitungan rumus Slovin. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling acak sederhana (*simple random sampling*) yang mana sampel dipilih secara acak dengan bantuan aplikasi berbasis web bernama *research randomizer*.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistika deskriptif dan analisis statistika inferensial. Analisis statistika deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data hasil penelitian agar lebih mudah dipahami. Analisis ini terdiri dari analisis data responden dan analisis data penelitian. Untuk menginterpretasikan data secara deskriptif agar data mudah dipahami, maka digunakanlah pedoman interpretasi sebagai di bawah ini (Arikunto, 2013).

Tabel 2. Interpretasi Hasil Penelitian

Interval (%)	Interpretasi
0%	Tidak seorangpun dari responden
1% - 25%	Sangat sedikit dari responden
26% - 49%	Sebagian kecil atau hampir setengah dari responden
50%	Setengah dari responden
51% - 76%	Sebagian besar dari seluruh responden
77% - 99%	Hampir seluruh dari responden
100%	Seluruh dari responden

Sementara itu, analisis data statistika inferensial dilakukan untuk menganalisis data penelitian yang telah terkumpul guna menghasilkan kesimpulan. Untuk analisis data ini dilakukan dengan uji korelasi *Rank Spearman*. Analisis uji korelasi dilakukan dengan bantuan *software IBM SPSS Statistic* versi 25, dengan hasil koefisien korelasi yang diinterpretasikan berdasarkan pada *strength of relationship* menurut Guilford dalam Prijana dan Yanto (2020) berikut.

Tabel 3. *Strength of Relationship*

Koefisien Korelasi r	Interpretasi
<0,20	<i>Slight</i> (hubungan lemah)
0,20 - 0,40	<i>Low correlation</i> (hubungan rendah)
0,40 - 0,70	<i>Moderate correlation</i> (hubungan moderat)
0,70 - 0,90	<i>High correlation</i> (hubungan tinggi)
0,90 - 1,00	<i>Very high correlation</i> (hubungan sangat tinggi)

Dalam pengujian hipotesis pada uji korelasi *Rank Spearman*, peneliti mengacu pada kaidah pengujian berikut (Siregar, 2017).

Jika $r_s \text{ hitung} > r_s \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak.

Jika $p\text{-value} < \alpha$, maka H_0 ditolak.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan pada penelitian ini dilakukan untuk menguraikan data dari hasil kuesioner. Data dari hasil kuesioner dianalisis menggunakan analisis statistika deskriptif dan inferensial. Analisis statistika deskriptif terdiri dari analisis data responden, yaitu data yang berisi informasi terkait identitas diri responden dan analisis data penelitian, yaitu data yang berkaitan dengan variabel penelitian. Sementara itu, analisis statistika inferensial terdiri dari uji korelasi antara variabel kualitas informasi (X), sub variabel dimensi waktu (X_1), dimensi isi (X_2), dan dimensi bentuk (X_3) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Variabel Y). Uji korelasi tersebut dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *Rank Spearman*. Berikut penjelasan lebih rinci terkait hasil dan pembahasan pada penelitian ini.

Analisis Statistika Deskriptif

Analisis Data Responden

Analisis data responden bertujuan untuk mengetahui karakteristik dari responden. Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini diantaranya adalah jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh, diketahui bahwa hampir setengah dari responden, yaitu 32 orang (40%) adalah laki-laki dan sebagian besar dari seluruh responden, yaitu 48 orang (60%) adalah perempuan. Selain itu, berdasarkan data hasil penelitian diketahui bahwa hampir seluruh dari responden, yaitu 68 orang (85%) berusia 15 – 25 tahun dengan hampir seluruh dari responden, yaitu 64 orang (80%) bekerja sebagai pelajar/mahasiswa. Hal ini sejalan dengan data pada *website* GoodStats yang menyatakan bahwa pengguna Instagram di tahun 2023 di dominasi oleh remaja dengan rentang usia 18-24 tahun (Yonatan, 2023). Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian (Chaya Fatharani & Anisa, 2023), yang menyatakan bahwa audiens Instagram @lldiktiwilayah4 didominasi salah satunya adalah oleh mahasiswa.

Analisis Data Penelitian

Analisis data penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan data dari dua variabel yang diteliti. Analisis data penelitian dilakukan dengan mengategorikan jawaban kedalam tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi.

Sebelum mengategorikan jawaban, peneliti lebih dulu menjumlahkan jawaban pada setiap sub variabel dan menentukan indeks minimum, maksimum, dan jarak interval dengan rumus perhitungan di bawah.

- Nilai maksimum = Skor tertinggi x jumlah pernyataan
- Nilai minimum = Skor terendah x jumlah pernyataan
- Interval = Nilai maksimum – nilai minimum
- Jarak Interval = Hasil interval : jumlah kategori

Kemudian mengklasifikasikannya sesuai kategori, yaitu rendah, sedang, ataupun tinggi. Pengkategorian jawaban ini menggunakan skor ideal, sehingga nilai terbesar diperoleh dari = skor maksimum (5) x jumlah pertanyaan. Sedangkan nilai terendah

diperoleh dari = skor minimum (1) x jumlah pertanyaan. Untuk lebih jelasnya, berikut di bawah ini penjelasan lebih rincinya.

Dimensi Waktu

Diketahui bahwa sub variabel dimensi waktu dalam penelitian ini terbagi kedalam 4 pernyataan, yaitu pernyataan nomor 1 sampai dengan 4. Perhitungan dalam menentukan kategori rendah, sedang, dan tinggi pada sub variabel ini adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned}\text{Nilai maksimum} &= 5 \times 4 = 20 \\ \text{Nilai minimum} &= 1 \times 4 = 4 \\ \text{Interval} &= 20 - 4 = 16 \\ \text{Jarak interval} &= 16 : 3 = 5,33\end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, maka diperoleh perhitungan interval kategori sebagai berikut.

$$\begin{aligned}\text{Kategori rendah} &= 4 - 9,33 \\ \text{Kategori sedang} &= >9,33 - 14,66 \\ \text{Kategori tinggi} &= >14,66 - 20\end{aligned}$$

Berdasarkan pengkategorian di atas, maka kategori dimensi waktu (X_1) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Analisis Kategori Dimensi Waktu (X_1)

No	Dimensi Waktu (X_1)	frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Tinggi	64	80
2	Sedang	14	17,5
3	Rendah	2	2,5
Total		80	100

Sumber: Hasil pengolahan data, 2024

Tabel 7 menampilkan tanggapan dari 80 responden terkait pernyataan yang berkaitan dengan sub variabel dimensi waktu (X_1). Berdasarkan tabel tersebut ditemukan bahwa hampir seluruh dari responden menyatakan bahwa dimensi waktu dalam penelitian ini berada dalam kategori tinggi, lalu sangat sedikit dari responden menyatakan dalam kategori sedang, dan sangat sedikit dari responden menyatakan dalam kategori rendah. Hal tersebut menggambarkan bahwa sub variabel dimensi waktu berada pada kategori tinggi.

Dimensi Isi

Diketahui bahwa sub variabel dimensi isi dalam penelitian ini terbagi kedalam 9 pernyataan, yaitu pernyataan nomor 5 sampai dengan 13. Perhitungan dalam menentukan kategori rendah, sedang, dan tinggi pada sub variabel ini adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned}\text{Nilai maksimum} &= 5 \times 9 = 45 \\ \text{Nilai minimum} &= 1 \times 9 = 9 \\ \text{Interval} &= 45 - 9 = 36 \\ \text{Jarak interval} &= 36 : 3 = 12\end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, maka diperoleh perhitungan interval kategori sebagai berikut.

$$\text{Kategori rendah} = 9 - 21$$

Kategori sedang = >21 – 33
Kategori tinggi = >33 – 45

Berdasarkan pengkategorian di atas, maka kategori dimensi isi (X_2) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 5. Analisis Kategori Dimensi Isi (X_2)

No	Dimensi Isi (X_2)	frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Tinggi	70	87,5
2	Sedang	9	11,3
3	Rendah	1	1,3
Total		80	100

Sumber: Hasil pengolahan data, 2024

Tabel 8 menampilkan tanggapan dari 80 responden terkait pernyataan yang berkaitan dengan sub variabel dimensi isi (X_2). Berdasarkan tabel tersebut ditemukan bahwa hampir seluruh dari responden menyatakan bahwa dimensi isi dalam penelitian ini berada dalam kategori tinggi, lalu sangat sedikit dari responden menyatakan dalam kategori sedang, dan sangat sedikit dari responden menyatakan dalam kategori rendah. Hal tersebut menggambarkan bahwa sub variabel dimensi isi berada pada kategori tinggi.

Dimensi Bentuk

Diketahui bahwa sub variabel dimensi bentuk dalam penelitian ini terbagi kedalam 6 pernyataan, yaitu pernyataan 14 sampai dengan 19. Perhitungan dalam menentukan kategori rendah, sedang, dan tinggi pada sub variabel ini adalah sebagai berikut.

Nilai maksimum = $5 \times 6 = 30$
Nilai minimum = $1 \times 6 = 6$
Interval = $30 - 6 = 24$
Jarak interval = $24 : 3 = 8$

Dari perhitungan di atas, maka diperoleh perhitungan interval kategori sebagai berikut.

Kategori rendah = 6 – 14
Kategori sedang = >14 – 22
Kategori tinggi = >22 – 30

Berdasarkan pengkategorian di atas, maka kategori dimensi bentuk (X_3) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 6. Analisis Kategori Dimensi Bentuk (X_3)

No	Dimensi Bentuk (X_3)	frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Tinggi	65	81,3
2	Sedang	14	17,5
3	Rendah	1	1,3
Total		80	100

Sumber: Hasil pengolahan data, 2024

Tabel 9 menampilkan tanggapan dari 80 responden terkait pernyataan yang berkaitan dengan dimensi bentuk (X₃). Berdasarkan tabel tersebut ditemukan bahwa hampir seluruh dari responden menyatakan bahwa sub variabel dimensi bentuk dalam penelitian ini berada dalam kategori tinggi, lalu sangat sedikit dari responden menyatakan dalam kategori sedang, dan sangat sedikit dari responden menyatakan dalam kategori rendah. Hal tersebut menggambarkan bahwa sub variabel dimensi bentuk berada pada kategori tinggi

Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Diketahui bahwa variabel pemenuhan kebutuhan informasi dalam penelitian ini terbagi kedalam 6 pernyataan, yaitu pernyataan 20 sampai dengan 25. Perhitungan dalam menentukan kategori rendah, sedang, dan tinggi pada variabel ini adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Nilai maksimum} &= 5 \times 6 = 30 \\ \text{Nilai minimum} &= 1 \times 6 = 6 \\ \text{Interval} &= 30 - 6 = 24 \\ \text{Jarak interval} &= 24 : 3 = 8 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, maka diperoleh perhitungan interval kategori sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Kategori rendah} &= 6 - 14 \\ \text{Kategori sedang} &= >14 - 22 \\ \text{Kategori tinggi} &= >22 - 30 \end{aligned}$$

Berdasarkan pengkategorian di atas, maka kategori pemenuhan kebutuhan informasi (Y) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut..

Tabel 7. Analisis Kategori Kebutuhan Informasi (Y)

No	Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Tinggi	51	63,8
2	Sedang	28	35,0
3	Rendah	1	1,3
Total		80	100

Sumber: Hasil pengolahan data, 2024

Tabel 10 menampilkan tanggapan dari 80 responden terkait pernyataan yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Berdasarkan tabel tersebut ditemukan bahwa hampir seluruh dari responden menyatakan bahwa dimensi isi dalam penelitian ini berada dalam kategori tinggi, lalu hampir setengah dari responden menyatakan dalam kategori sedang, dan sangat sedikit dari responden menyatakan dalam kategori rendah. Hal tersebut menggambarkan bahwa variabel pemenuhan kebutuhan informasi berada pada kategori tinggi.

Analisis Statistika Inferensial

Hubungan Kualitas Informasi (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Untuk mengetahui hubungan variabel kualitas informasi (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y), maka peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan uji korelasi *Rank Spearman*. Hipotesis uji yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 : Kualitas informasi tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 tidak berhubungan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

H_1 : Kualitas informasi tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 berhubungan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Berikut hasil uji korelasi kualitas informasi (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y) menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistic* versi 25.

Gambar 2. Uji Korelasi X dengan Y
Correlations

		X	Y
Spearman's rho	X	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	80
	Y	Correlation Coefficient	.807**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	80

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Pada penelitian ini, taraf signifikansi (α) yang digunakan sebesar 0,05 atau setara dengan 5%. Ketentuan pengujiannya adalah sebagai berikut:

Jika $r_s \text{ hitung} > r_s \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak.

Jika $p\text{-value} < \alpha$, maka H_0 ditolak.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil bahwa variabel kualitas informasi (X) dan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y) memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,807, termasuk kedalam hubungan tinggi karena nilai koefisien korelasi lebih dari 0,7. Untuk mengambil keputusan apakah hipotesis diterima atau ditolak dilakukan dengan menggunakan pengujian r_s dan nilai signifikansi. Jika nilai $r_s \text{ hitung} > r_s \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak, dalam penelitian ini diperoleh nilai $r_s \text{ hitung} = 0,807 > r_s \text{ tabel} = 0,220$, maka H_0 di tolak. Jika $p\text{-value} < \alpha$ maka H_0 ditolak, dalam penelitian ini diperoleh nilai $p\text{-value} = 0,000 < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak. Maka, dapat diputuskan bahwa H_1 diterima, yaitu variabel kualitas informasi (X) berhubungan tinggi dan signifikan dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa kualitas informasi menjadi faktor dalam pemenuhan kebutuhan informasi pengguna. Hal ini sejalan dengan asumsi teori yang dikemukakan oleh O'Brien dan Marakas (2010), yaitu informasi yang sudah ketinggalan zaman, tidak akurat, atau sulit dipahami tidak akan lagi bermanfaat bagi masyarakat, baik untuk kebutuhan masyarakat itu sendiri secara pribadi maupun bisnis, sehingga masyarakat membutuhkan informasi yang berkualitas tinggi, yaitu informasi yang memiliki karakteristik, atribut, atau nilai yang membuat informasi lebih bermanfaat bagi masyarakat.

Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Putri, Prijana, & Rohman (2023), yang menyatakan bahwa informasi yang berkualitas memiliki hubungan yang signifikan dengan pemenuhan informasi masyarakat. Aspek relevansi, keakuratan, ketepatan waktu, dan ketepatan informasi menjadi indikator penentu dari kualitas suatu informasi.

Hubungan Dimensi Waktu (X₁) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Untuk mengetahui hubungan dimensi waktu (X₁) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y), maka peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan uji korelasi *Rank Spearman*. Hipotesis uji yang digunakan adalah sebagai berikut:

H₀ : Dimensi waktu tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 tidak berhubungan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

H₁ : Dimensi waktu tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 berhubungan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Berikut hasil uji korelasi dimensi waktu (X₁) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y) menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistic* versi 25.

Gambar 3. Uji Korelasi X₁ dengan Y
Correlations

			X1	Y
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.792**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	80	80
	Y	Correlation Coefficient	.792**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	80	80

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Pada penelitian ini, taraf signifikansi (α) yang digunakan sebesar 0,05 atau setara dengan 5%. Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh hasil bahwa sub variabel dimensi waktu (X₁) dan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y) memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,729, termasuk kedalam hubungan tinggi karena nilai koefisien korelasi lebih dari 0,7. Untuk mengambil keputusan apakah hipotesis diterima atau ditolak dilakukan dengan menggunakan pengujian *r_s* dan nilai signifikansi. Jika nilai *r_s hitung* > *r_s tabel* maka H₀ ditolak, dalam penelitian ini diperoleh nilai *r_s hitung* = 0,729 > *r_s tabel* = 0,220, maka H₀ di tolak. Jika *p-value* < α maka H₀ ditolak, diperoleh nilai *p-value* = 0,000 < α = 0,05. Maka, dapat diputuskan bahwa H₁ diterima, yaitu sub variabel dimensi waktu (X₁) berhubungan tinggi dan signifikan dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

Dengan demikian, dimensi waktu informasi tentang kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 termasuk kedalam informasi berkualitas yang memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Dalam hal ini Instagram @lldiktiwilayah4 telah menyajikan informasi secara tepat waktu, terkini, dan dengan frekuensi, serta periode waktu yang telah ditetapkan, sehingga dapat berguna dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan O'Brien dan Marakas (2010), yaitu dalam penyajian informasi perlu memperhatikan

waktu penyajiannya, karena jika informasi terlambat disajikan, maka informasi tidak akan berguna lagi.

Hubungan Dimensi Waktu (X₂) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Untuk mengetahui hubungan dimensi isi (X₂) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y), maka peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan uji korelasi *Rank Spearman*. Hipotesis uji yang digunakan adalah sebagai berikut:

H₀ : Dimensi isi tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 tidak berhubungan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

H₁ : Dimensi isi tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 berhubungan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Berikut hasil uji korelasi dimensi isi (X₂) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y) menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistic* versi 25.

Gambar 4. Uji Korelasi X₂ dengan Y
Correlations

		X2	Y
Spearman's rho	X2	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	80
Y		Correlation Coefficient	.729**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	80

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Pada penelitian ini, taraf signifikansi (α) yang digunakan sebesar 0,05 atau setara dengan 5%. Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh hasil bahwa sub variabel dimensi isi (X₂) dan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y) memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,729, termasuk kedalam hubungan tinggi karena nilai koefisien korelasi lebih dari 0,7. Untuk mengambil keputusan apakah hipotesis diterima atau ditolak dilakukan dengan menggunakan pengujian r_s dan nilai signifikansi. Jika nilai r_s hitung > r_s tabel maka H₀ ditolak, dalam penelitian ini diperoleh nilai r_s hitung = 0,729 > r_s tabel = 0,220, maka H₀ di tolak. Jika p-value < α maka H₀ ditolak, diperoleh nilai p-value = 0,000 < α = 0,05. Maka, dapat diputuskan bahwa H₁ diterima, yaitu sub variabel dimensi isi (X₂) berhubungan tinggi dan signifikan dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

Dengan demikian, dimensi isi informasi tentang kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 termasuk kedalam informasi berkualitas yang memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Karena dalam hal ini Instagram @lldiktiwilayah4 telah menyajikan informasi secara akurat, relevan, lengkap, ringkas, sesuai ruang lingkup, dan kinerja, sehingga berguna dalam memenuhi kebutuhan informasi *followers*. Dimensi bentuk menjadi indikator yang penting untuk diperhatikan karena dimensi bentuk berkaitan dengan informasi pokok yang akan disajikan kepada publik (O'Brien dan Marakas 2010).

Hubungan Dimensi Bentuk (X₃) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Untuk mengetahui hubungan dimensi bentuk (X₃) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y), maka peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan uji korelasi *Rank Spearman*. Hipotesis uji yang digunakan adalah sebagai berikut:

H0 : Dimensi bentuk tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 tidak berhubungan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

H1 : Dimensi bentuk program tentang kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 berhubungan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Berikut hasil uji korelasi dimensi bentuk (X₃) dengan pemenuhan kebutuhan informasi (Y) menggunakan bantuan *software* IBM SPSS *Statistic* versi 25.

Gambar 5. Uji Korelasi X₃ dengan Y
Correlations

		X3	Y
Spearman's rho	X3	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	80
	Y	Correlation Coefficient	.758**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	80

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Pada penelitian ini, taraf signifikansi (α) yang digunakan sebesar 0,05 atau setara dengan 5%. Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh hasil bahwa sub variabel dimensi bentuk (X₃) dan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y) memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,758, termasuk kedalam hubungan tinggi karena nilai koefisien korelasi lebih dari 0,7. Untuk mengambil keputusan apakah hipotesis diterima atau ditolak dilakukan dengan menggunakan pengujian r_s dan nilai signifikansi. Jika nilai r_s hitung > r_s tabel maka H0 ditolak, dalam penelitian ini diperoleh nilai r_s hitung = 0,758 > r_s tabel = 0,220, maka H0 di tolak. Jika p-value < α maka H0 ditolak, diperoleh nilai p-value = 0,000 < α = 0,05. Maka, dapat diputuskan bahwa H1 diterima, yaitu sub variabel dimensi bentuk (X₃) berhubungan tinggi dan signifikan dengan variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

Dengan demikian, dimensi bentuk tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 termasuk kedalam informasi berkualitas yang memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Karena dalam hal ini Instagram @lldiktiwilayah4 telah menyajikan informasi secara jelas, rinci, sistematis, dan dengan beragam format penyajian, serta media yang digunakan. Dimensi bentuk menjadi indikator penting dalam penyajian suatu informasi, karena bentuk penyajian dapat memengaruhi pemahaman informasi dari penggunaanya (O'Brien dan Marakas 2010). Selain itu, hasil penelitian yang menyatakan bahwa dimensi bentuk berhubungan tinggi dan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi pada penelitian ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan salah satu responden yang menyatakan bahwa,

"Menurut saya sebagai mahasiswa, informasi yang dibagikan pada Instagram @lldiktiwilayah4 sangat mudah dipahami dan tidak bertele-tele".

Pernyataan mudah dipahami dan tidak bertele-tele termasuk ke dalam indikator dalam dimensi bentuk.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan kualitas informasi tentang kampus merdeka dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) dimensi waktu tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 berhubungan tinggi dan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*; 2) dimensi isi informasi tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 berhubungan tinggi dan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*; dan 3) dimensi bentuk informasi tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 berhubungan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Meski kualitas informasi tentang program kampus merdeka pada Instagram @lldiktiwilayah4 berhubungan tinggi dan signifikan dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, informasi tentang program kampus merdeka tetap diharapkan dapat sampai tepat waktu kepada *followers*, hal tersebut dikarenakan masih adanya laporan bahwa informasi tentang program kampus merdeka masih ada yang telat sampai kepada *followers*. Oleh karena itu, admin Instagram @lldiktiwilayah4 disarankan untuk dapat menetapkan jadwal publikasi yang tepat, memanfaatkan segala fitur yang ada pada Instagram, dan menyajikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan *followers*. Peneliti juga menyarankan agar ada penelitian lanjutan mengenai kualitas informasi pada media sosial lainnya.

Referensi

- Anggini, I. D., Asbari, M., & Permata Noor, S. (2023). Program Kampus Merdeka: Wadah Mahasiswa Berkreasi, Berinovasi, dan Berprestasi. *JOURNAL OF INFORMATION SYSTEMS AND MANAGEMENT*, 02(06). Retrieved from <https://jisma.org>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian (x)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaya Fatharani, N., & Anisa, R. (2023). Pengelolaan Media Sosial Instagram @lldiktiwilayah4 oleh Humas Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(8).
- DataReportal. (2023, February 9). Digital 2023 Indonesia.
- Diktiristek, D. (2020). *Buku Panduan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka*.
- Lee, Y. W., Strong, D. M., Kahn, B. K., & Wang, R. Y. (2002). AIMQ: a methodology for information quality assessment. *Information & Management*, 40, 133-146. Retrieved from <http://web.mit.edu/TDQM/>
- O'Brien, J., & Marakas, G. (2010). *Management Information Systems, 10th Edition* (10th ed.). McGraw Hill.
- Prijana, & Yanto, A. (2020). *Metode Penelitian Perpustakaan dan Sains Informasi* (Pertama; N. S. Nurbaya, Ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Putri, N. A., Prijana, P., & Rohman, A. S. (2023). HUBUNGAN KUALITAS INFORMASI AKUN INSTAGRAM @SEPUTAR.AESPA DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 17(2), 119. <https://doi.org/10.14421/fhrs.2022.172.119-140>
- Sampurno, M. B. T., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi COVID-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-i*, 7(5). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15210>
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Pertama, Vol. 4). Jakarta: KENCANA.

Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Cetakan Ke-19).
Bandung: Alfabeta.
Yonatan, A. Z. (2023, May 29). Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023.