

SKRIPSI

**PERILAKU MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI DALAM PENYERAPAN
INFORMASI DI *PLATFROM* MEDIA SOSIAL**



Oleh :

Nama : Budi Kurniawan

Nomor Induk Mahasiswa: 105651104321

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH MAKASSAR**

2025

SKRIPSI

PERILAKU MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI DALAM PENYERAPAN INFORMASI DI *PLATFROM* MEDIA SOSIAL

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun dan Diajukan Oleh :

Nama : Budi Kurniawan

Nomor Induk Mahasiswa: 105651104321

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH MAKASSAR**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Penelitian : Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam
Penyerapan Informasi Di Platform Media Sosial

Nama Mahasiswa : Budi kurniawan

Nomor Induk Mahasiswa : 105651104321

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyetujui

Pembimbing I



Ahmad Svarif, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0905128705

Pembimbing II



Dian Muhtadiah H. S.IP., M.I.Kom
NIDN: 0929078103

Mengetahui

Dekan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. Andi Luhur Prianto, S.IP., M.Si
NBM: 992 797

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Syukri, S.Sos., M.Si
NBM: 923568



HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh tim penguji skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar. Maka berdasarkan surat keputusan dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0477/FSP/A.4.-II/VIII/47/2025 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh Gelar Sarjana dalam Program Studi Ilmu Komunikasi yang dilaksanakan di Makassar pada hari Kamis Tanggal 28 Agustus 2025.

TIM PENILAI

Ketua

Sekretaris

Dr. Andi Luhur Prianto, S. IP., M. Si
NBM : 992797

Nasrul Haq, S.Sos., M.PA
NBM : 1067 463

TIM PENGUJI

1. Dr. Muhammad Yahya, M.Si ()
2. Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom ()
3. Arni, S.Kom., M.I.Kom ()
4. Irwan Alim, S.Ip., M.A ()

PERNYATAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawa ini

Nama mahasiswa : Budi Kurniawan

Nomor induk mahasiswa : 105651104321

Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa benar karya ilmiah ini adalah karna saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sangsi akademik sesuai aturan yang berlaku di Universitas Muhamadiyah Makassar.

Makassar, 20 Agustus 2025

Yang menyatakan,

Budi Kurniawan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis, memberikan kesehatan, kesempatan, kemudahan serta melapangkan pemikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Model Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Penyebaran Informasi Di Platform Media Sosial”**. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada kekasih Allah SWT, panutan seluruh umat yakni baginda Rasulullah SAW, yang telah memperbaiki akhlak dan budi pekerti manusia seperti yang kita rasakan saat ini.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat akademisi untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Sarjana Satu (S1) dan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak menjumpai tantangan, namun dengan kekuatan do'a dan dukungan dari orang-orang sekitar, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Abu Bakar dan Ibu Hasnawati yang telah mendidik dan memberikan kasih sayang yang sangat besar kepada penulis. Terima kasih atas nasehat, dukungan, dan semangat yang tak pernah berhenti diberikan kepada penulis. Terima kasih sudah menjadi orang tua yang hebat dan selalu mendorong penulis untuk selalu maju.
2. Bapak Dr. Ir. H. Abd Rakhim Nanda, MT., IPU. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. Andi Luhur Prianto, S.Ip., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Syukri, S.Sos., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Bapak Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing I dan Ibu Dian Muhtadiyah H, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing II yang senantiasa

meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Teman-teman seperjuangan Selatan Belum Tidur Squad. Sahabat-sahabat penulis yang senantiasa memberikan semangat serta dorongan kepada penulis
7. Kepada keluarga besar HUMANIKOM, terkhususnya teman teman Angkatan 21 yang tercinta, yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis dan selalu kebersamai setiap proses yang dilalui
8. Kakanda Nastainulhaq, dan teman-teman seperjuangan Herdi, Ryan, Eddo terima kasih atas segala bantuan dan kerja samanya
9. Kepada seseorang yang pernah Bersama penulis dan tidak bisa penulis sebut Namanya. Terimakasih untuk patah hati yang telah diberikan, ternyata perginya anda dari kehidupan penulis berikan cukup motivasi untuk terus maju. Terimakasih telah menjadi bagian menyenangkan sekaligus menyakitkan dari pendewasaan ini. Padas akhirnya setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya
10. Kepada seseorang yang baru hadir menemani perjalanan penulis yaitu Ega Amelia. Kehadirannya memberikan semangat baru serta dorongan untuk setiap proses yang di lalui
11. Kepada seluruh informan yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan informasi dalm penelitian ini
12. Seluruh pihak yang telah membantu penulis yang memberikan doa dan dukungan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu
13. Last but not least, terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun prosesnya, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Saran dan kritik diharapkan menjadi masukan penulis dalam kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Penulis

Budi Kurniawan

ABSTRAK

Budi Kurniawan, Model Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Penyebaran Informasi Di Platform Media Sosial, di bimbing oleh Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom dan Dian Muhtadiah H, S.IP., M.I.Kom.

Perilaku penyerapan informasi di media sosial melibatkan bagaimana pengguna mencari, menerima, menilai, dan menggunakan informasi, dengan tantangan utama adalah verifikasi dan seleksi informasi yang benar dari yang salah atau hoaks. Literasi media dan kesadaran kritis sangat penting untuk mengurangi penyebaran informasi yang tidak akurat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dan dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan jumlah informan 3 orang.

Penelitian ini bertujuan memahami perilaku mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar dalam penyerapan informasi di media sosial, dianalisis menggunakan Teori Model Perilaku Informasi Wilson, yang mencakup Kebutuhan Informasi, Mencari Informasi, Menggunakan Informasi, dan Membagikan Informasi. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa bersikap aktif dan selektif dalam menyerap informasi, dipengaruhi rasa ingin tahu terhadap isu akademik, sosial, dan hiburan, serta memilih platform yang tepat seperti Instagram untuk konten visual edukatif dan X untuk diskusi real-time. Dalam mencari informasi, mahasiswa memanfaatkan media sosial secara strategis untuk memperoleh konten yang cepat, relevan, dan interaktif, sambil menyaring konten edukatif. Mereka menggunakan informasi secara kritis, memverifikasi sumber, dan mengintegrasikannya ke dalam konteks akademik dan sosial. Sebagai prosumer, mahasiswa juga membagikan informasi secara bertanggung jawab untuk mendukung pembelajaran, sosial, dan personal branding. Temuan ini menunjukkan literasi informasi dan etika digital yang baik serta adaptasi mahasiswa terhadap teknologi era digital.

Kata kunci: Perilaku Mahasiswa, Media Sosial, Penyerapan Informasi, Literasi Digital, Model Perilaku Informasi

ABSTRACT

Budi Kurniawan. *Communication Students' Behavioral Model in Absorbing Information on Social Media Platforms*. Supervised by Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom and Dian Muhtadiah H, S.IP., M.I.Kom.

The behavior of information absorption on social media involves how users search for, receive, evaluate, and utilize information, with a major challenge being the verification and selection of accurate information from false or hoax content. Media literacy and critical awareness are crucial in reducing the spread of inaccurate information.

This study employs a qualitative descriptive approach, using observation, interviews, and documentation to collect data from three informants. The study aims to understand the behavior of Communication students at Universitas Muhammadiyah Makassar in absorbing information on social media, analyzed using Wilson's Information Behavior Model, which includes Information Needs, Information Seeking, Information Use, and Information Sharing. The results indicate that students are active and selective in absorbing information, driven by curiosity about academic, social, and entertainment topics, and choosing appropriate platforms such as Instagram for visual educational content and X for real-time discussions. In seeking information, students strategically use social media to obtain fast, relevant, and interactive content while critically filtering educational material. They use information critically, verify sources, and integrate it into academic and social contexts. As prosumers, students responsibly share information to support learning, social engagement, and personal branding. These findings highlight good information literacy and digital ethics, reflecting students' responsible adaptation to digital-era technology.

Keywords : Student Behavior, Social Media, Information Absorption, Digital Literacy, Information Behavior Model

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Mamfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Konsep dan Teori	8
1. Perilaku.....	8
2. Perilaku Informasi	13
3. media sosial	24
C. Kerangka Pikir.....	29
D. Fokus Penelitian	31
E. Deskripsi Fokus Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Waktu dan Tempat Penelitian	33
B. Jenis dan Tipe Penelitian	33
C. Sumber Data	34
D. Penentuan Informan	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	39
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
B. Hasil Penelitian.....	43

C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	87



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2.2 Kerangka Berfikir	30
Tabel 3.1 Informan	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Wawancara Andi Asmira	89
Gambar 5.2 Wawancara Muh Alkautsar	89
Gambar 5.3 Wawancara Ega Amelia.....	89



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi semakin pesat, terutama teknologi informasi dan komunikasi yang menjadikan manusia seakan tidak terpisahkan oleh jarak dan waktu. Sehingga adanya masyarakat informasi merupakan hasil dari kemajuan teknologi (Laura et al. 2024). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi (Alamsyah, Aulya, and Satriya 2024).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu hasil dari perkembangan ini adalah munculnya media sosial yang telah memposisikan diri sebagai platform komunikasi utama dalam masyarakat modern. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok tidak hanya menjadi alat untuk berbagi informasi dan hiburan, tetapi juga menjadi ruang untuk membangun interaksi sosial yang baru dan menyebarkan informasi secara cepat dan masif. Kemajuan ini melahirkan fenomena masyarakat informasi, di mana teknologi menjadi elemen utama dalam penyebaran dan pertukaran pengetahuan. Adanya masyarakat informasi ini tidak terlepas dari sifat dasar manusia sebagai makhluk sosial yang selalu hidup dalam kelompok untuk berinteraksi dan berkomunikasi, memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk memperluas jangkauan dan efisiensi hubungan sosial (Hapsah, Zahrah, and Yasin 2024).

Kehadiran teknologi ini tidak hanya mempercepat proses komunikasi, tetapi juga mengubah pola hubungan sosial dan memungkinkan pertukaran informasi terjadi secara instan tanpa batasan waktu dan ruang. Transformasi ini telah menciptakan era baru di mana interaksi tidak lagi terbatas pada tatap muka, melainkan meluas ke dunia digital melalui berbagai platform dan perangkat yang semakin canggih. Adapun alat komunikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi, berbagi, berpartisipasi, dan membangun jaringan online untuk menyebarkan suatu informasi atau konten disebut dengan sosia media (Dalimunthe, Siregar, and Marsanda 2024).

Dalam era digital yang berkembang pesat, media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling banyak digunakan oleh generasi muda, termasuk mahasiswa. Platform seperti Instagram memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat, tetapi juga membuka peluang munculnya informasi yang belum tentu valid. Dalam konteks ini, Al-Qur'an memberikan pedoman penting dalam

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهْلَةٍ فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَذِيرٌ ﴿٦﴾

menyikapi informasi. Surah Al-Hujurat ayat 6 menyatakan:

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa*

mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu."

Ayat ini menekankan pentingnya memeriksa dan memverifikasi kebenaran setiap informasi yang diterima sebelum mengambil tindakan atau menyimpulkan sesuatu. Oleh karena itu, persepsi mahasiswa baru terhadap konten yang disajikan di media sosial, seperti Instagram, sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam menyaring dan memahami informasi.

Media sosial telah berkembang menjadi salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat di seluruh dunia, dan penggunaannya yang meningkat telah menghubungkan orang di berbagai belahan dunia, memungkinkan akses cepat ke Informasi terbaru, dan memiliki efek yang signifikan terhadap pendapat dan perilaku masyarakat (Rahma, Ardianti, and Firman 2024). Berdasarkan survey yang dilakukan *We Are Social* bahwa dari 276,4 juta penduduk Indonesia terdapat 167 juta penduduk Indonesia pengguna sosial media artinya 60,4% dari total penduduk Indonesia menggunakan sosial media dan alasan utama tujuan seseorang pengguna sosial media adalah untuk menemukan informasi dengan prosesntase 83% (Riyanto 2024).

Penemuan informasi melalui sosial media yang mana terdapat beragam *platform* yang diminati masyarakat diantaranya *facebook, twitter, instagram, tiktok* dan masih banyak lainnya. Yang mana tidak semua informasi yang tersebar luas di internet bersifat positif, ada juga yang berisi informasi negatif seperti radikalisme, ujaran kebencian, Informasi bohong, dan penipuan Susanti, (2024). Oleh karena itu, interaksi yang dilakukan di media sosial harus dilakukan dengan

etika. Hal ini sangat penting untuk memastikan bahwa semua interaksi yang kita lakukan di media sosial tidak berdampak buruk pada kehidupan kita secara langsung maupun tidak langsung (Rambe et al. 2024).

Data dari (Raya 2024) bahwa pengguna media sosial terbesar adalah rentang usia 18-24 tahun. Mahasiswa strata 1 (S1) masuk dalam kategori usia tersebut. Terdapat fakta bahwa mahasiswa telah berubah dalam cara mereka mencari informasi. Mayoritas orang telah beralih ke media online untuk mencari Informasi, tetapi mereka masih menonton televisi dan membaca media cetak, meskipun tidak sebanyak media online (Darmayanti et al. 2024). Adapun adanya fitur share di media sosial yang berperan besar dalam memicu penyebaran Informasi dan informasi secara viral, menyebar luas dan cepat (Nafsiah et al. 2024). Dalam konteks ini, mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial rentan menjadi penyebar konten baik yang terdapat indikasi bohong ataupun benar.

Penelitian yang dilakukan oleh (Wilson 1996) bahwa mahasiswa cenderung bersikap kritis dan tidak langsung mempercayai informasi dari media sosial. Namun, sebagian besar mahasiswa masih kurang memiliki motivasi atau kemampuan untuk memverifikasi informasi yang mereka terima. Selain itu, perilaku menyebarkan informasi tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu juga banyak ditemukan. Studi ini mengungkap bahwa mahasiswa lebih sering menunjukkan perilaku pencarian informasi yang pasif dan sekadar memperhatikan tanpa tindakan lebih lanjut.

Media sosial memfasilitasi penyebaran informasi secara cepat dan luas, namun media sosial juga memiliki efek negatif yang tidak dapat diabaikan. Sebagaimana

fenomena yang sebagian besar dialami oleh para mahasiswa yakni adanya fenomena *fear of missing out* (FOMO) yakni fenomena yang merujuk pada ketakutan yang dirasakan individu ketika mereka merasa terlewatkan dalam momen, pengalaman, atau informasi yang dianggap penting (Alhazami and Donald 2025). Adapun fenomena tersebut dapat menimbulkan kekhawatiran ketinggalan informasi dan tren terbaru yang belum tentu informasi tersebut baik untuk diterima atau tidak.

Tekanan untuk tetap aktif dan relevan di sosial media dapat menjadi beban tersendiri, terutama bagi mahasiswa yang ingin membangun personal branding atau menjaga eksistensi di berbagai platform sosial media. Hal ini dapat menyebabkan perasaan cemas, stres, bahkan menurunkan tingkat kepercayaan diri ketika informasi yang diterima mereka di media sosial tidak sesuai dengan kemampuan yang dimiliki (Riyadi 2024). Mahasiswa yang terlalu sering mengonsumsi konten-konten tersebut tanpa adanya batasan atau mekanisme penyaringan yang baik berisiko mengalami kelelahan emosional, stres, bahkan depresi. Sehingga diperlukan literasi media agar dapat mengatasi dampak negatif tersebut.

Salah satu upaya penting untuk meningkatkan literasi media siswa adalah meningkatkan kemampuan mereka untuk memilih dan memilah informasi dari gelombang informasi yang masuk. Mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan untuk berpikir kritis dan kreatif, serta kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat tentang konten media yang bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Literasi ini juga terkait dengan sikap seseorang yang

mampu memilih, menetapkan, menggunakan, mengakses, mengelola, dan mengevaluasi konten atau informasi sehingga mereka dapat membuat kesimpulan yang tepat, cepat, dan cerdas (Halik A 2021). Selain itu, proses penyerapannya juga tidak hanya bersifat pasif. Mahasiswa Ilmu Komunikasi dituntut untuk aktif dalam menyeleksi, menganalisis, dan menginterpretasi informasi yang mereka temukan di media sosial. Mereka perlu memahami strategi komunikasi digital, mekanisme penyebaran informasi daring, serta implikasi sosial dari setiap konten yang dikonsumsi. Dengan demikian, studi mengenai perilaku mahasiswa dalam menyerap informasi di media sosial menjadi penting untuk memahami sejauh mana literasi digital dan kemampuan kritis mereka berkembang, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi kualitas komunikasi yang mereka lakukan baik secara personal maupun profesional.

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Mohamad Jovan Milandy (2022), dengan judul “Analisis Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)” (Milandy 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku komunikasi dalam penggunaan media sosial TikTok dimanfaatkan sebagai sumber informasi oleh mahasiswa. Selain itu, diharapkan mahasiswa semakin sadar akan perkembangan teknologi, mampu memanfaatkannya secara optimal sebagai media pembelajaran serta lebih bijak dalam bersosial media.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul dari penelitian ini adalah “Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Penyerapan Informasi di Media Sosial”. Diharapkan analisis yang dilakukan peneliti nantinya dapat mengetahui faktor

yang mempengaruhi perilaku mahasiswa terhadap penyerapan Informasi di semua sosial media tidak meruju pada satu *platform* sosial media saja. Dan diharapkan juga dapat menumbuhkan kesadaran akan pentingnya mengatur waktu penggunaan media sosial, memilah informasi dengan lebih kritis, serta menjaga keseimbangan antara kehidupan digital dan realitas agar dampak negatif dapat diminimalkan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Perilaku mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar terhadap penyerapan Informasi di media sosial?
2. Apa Faktor Penghambat Pencarian Informasi Di Platfrom Media Sosial?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai penelitian ini adalah untuk menganalisis perilaku mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar terhadap penyerapan Informasi di media sosial.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini secara garis besar diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan dan menjadi sumber informasi mengenai perilaku mahasiswa

terdapat penyerapan Informasi di media sosial. Diharapkan juga dengan ini mahasiswa dan masyarakat dapat mengatasi pemInformasian yang tidak benar.

2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi atau rujukan bagi yang membutuhkan atau penelitian selanjutnya untuk mendapatkan informasi tentang penyerapan Informasi secara mendalam.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu mengenai penyerapan Informasi di media sosial dalam tabel berikut:

No.	Nama, Tahun dan Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Cindy Megan Woy, Max Rembang dan Reiner R. Onsu (2019), Analisis Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Fispol Unsrat Terhadap Isi Informasi Akun Anonim Kehidupan Artis Di Instagram.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa ilmu komunikasi Unsrat menyukai pemInformasian dari akun anonim karena cara pemInformasiannya yang menghibur dan Informasi yang di publikasikan sangat aktual namun akun anonim di instagram tidak menjadi sumber Informasi utama mereka (Woy, Rembang, and Onsu 2019).
2.	Febri Nurrahmi1 & Hamdani M. Syam (2020), Perilaku Informasi Mahasiswa dan Hoaks di Media Sosial.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki sikap kritis dengan tidak mudah mempercayai informasi yang diterimanya dari media sosial. Namun, mayoritas mahasiswa tidak memiliki kemauan dan kemampuan verifikasi informasi memadai. Perilaku penyebaran informasi tanpa verifikasi juga masih ditemukan. Model studi perilaku informasi dari Wilson ini relevan dan penting untuk mengembangkan model literasi media sosial di kalangan mahasiswa untuk menangkal hoaks (Wilson 1996).
3.	Mohamad Jovan Milandy (2022), Analisis Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan IlmuPolitik).	Hasil penelitian ini menunjukan perilaku Komunikasi pengguna media sosial Tiktok menggunakan media aplikasi ini sebagai sarana pencari informasi untuk mahasiswa itu sendiri. Dalam hal ini kepada tenaga pengajar agar lebih aware kepada perkembangan teknologi yang sudah ada, dan dapat memanfaatkannya secara maksimal untuk media pembelajaran

		mahasiswa (Milandy 2022).
4.	Vera Rahmi (2023), Analisis Pemahaman Informasi Hoax Melalui Media Sosial WhatsApp (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ilmu Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh).	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pemahaman mahasiswa Prodi Ilmu Perpustakaan terhadap informasi hoax melalui media sosial WhatsApp tergolong baik dengan nilai 79,32%. Hal ini dihasilkan dari nilai rata-rata lima indikator. Pertama aspek judul dengan perolehan nilai sangat baik (83,2%). Kedua aspek situs dengan perolehan nilai sangat baik (87,4%). Ketiga aspek konten memperoleh nilai baik (81%). Keempat aspek foto memperoleh nilai baik (70%). Kelima aspek situs dengan kategori baik (75%) (Rahmi 2023).
5.	Riska Ramdan dan Annisa Sidqi (2025), Pengaruh Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Mahasiswa.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok, khususnya di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta, memiliki pengaruh yang cukup signifikan. Aplikasi TikTok dimanfaatkan tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga berdampak pada perubahan perilaku mahasiswa. Perubahan tersebut dapat ditinjau dari berbagai aspek, seperti interaksi sosial, peningkatan pengetahuan, dan pergeseran gaya hidup (Ramdani and Sidqi 2025).

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

B. Konsep dan Teori

1. Perilaku

Definisi perilaku menurut Skinner seorang ahli Psikologi merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar) perilaku manusia dari segi biologis adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas seperti berjalan, berbicara menangis, bekerja, dan sebagainya (Rosalina et al., 2024:90).

Perilaku adalah respons individu atau kelompok terhadap rangsangan atau stimulus dari lingkungan, baik yang bersifat internal (dari dalam diri) maupun eksternal (dari luar). Perilaku dapat berupa tindakan sadar maupun tidak sadar, disengaja maupun tidak disengaja.

Perilaku diartikan sebagai bentuk reaksi manusia terhadap lingkungannya. Perilaku bisa terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan oleh seseorang untuk menimbulkan sebuah reaksi. Menurut Azwar (2001: 11-12) menjelaskan bahwa perilaku manusia dapat terjadi jika memiliki sikap yang bisa diungkapkan dengan tindakan. Kemudian perilaku manusia dapat terjadi karena dipengaruhi oleh norma subjektif yakni percaya diri bahwa apa yang dilakukan bisa membuat orang lain menyukai atas apa yang telah dilakukan. Berperilaku yang baik sangatlah penting, dan sebelum manusia berperilaku ada pengaruh untuk berperilaku yakni dari sikap serta dari norma subjektif untuk memberikan sebuah alasan dalam berperilaku. Wilayah diseluruh bumi yang kita tinggali merupakan bentuk ruang yang bergerak dengan memperlihatkan perilaku manusia yang mana disebut dengan perilaku ruang/space behavior, kemudian manusia menunjukkan perilakunya disebut sebagai spatial behavior. Perilaku manusia di bumi bisa dilihat pada kehidupannya sehari-hari dan karena itulah space behavior dan spatial behavior terikat, hal ini bisa dilihat pada manusia yang berperilaku di bumi tempat ditinggal serta kehidupan manusia misalnya manusia memanfaatkan yang ada di bumi serta manusia merusak yang ada di bumi.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku merupakan suatu tindakan atau sikap yang dilakukan setiap manusia dalam kehidupan sehari-hari untuk mengekspresikan dirinya.

Menurut Skinner (1953), perilaku dibedakan menjadi:

1. Perilaku Responden – Perilaku yang muncul sebagai respons otomatis terhadap stimulus tertentu (misalnya, refleks).
2. Perilaku Operan – Perilaku yang dipengaruhi oleh konsekuensi dari tindakan sebelumnya, seperti reward atau punishment.

a. Jenis-jenis Perilaku

Menurut berbagai teori psikologi dan sosiologi, perilaku dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis:

1. Perilaku Biologis – Dipengaruhi oleh faktor genetika, hormon, dan sistem saraf. Contohnya adalah refleks seperti berkedip ketika terkena cahaya terang
2. Perilaku Kognitif – Dipengaruhi oleh proses berpikir dan persepsi individu. Contohnya adalah pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman atau pembelajaran
3. Perilaku Sosial – Perilaku yang muncul dalam konteks interaksi dengan orang lain. Contohnya adalah berbicara, bekerja sama, atau meniru perilaku orang lain

4. Perilaku Moral – Perilaku yang didasarkan pada norma, etika, dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat. Contohnya adalah bersikap jujur atau membantu orang lain

b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku

Perilaku manusia selalu dipengaruhi oleh faktor-faktor yang timbul dari dalam diri (personal) maupun faktor-faktor yang berpengaruh dari luar diri individu (situasional). Menurut Sunaryo (2004) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku manusia dapat dilihat sebagai berikut:

1. Faktor keturunan yang mana berasal dari diri manusia itu sendiri, antara lain:

a. Pertama yaitu ras, di dunia memiliki sifat yang berbeda-beda sehingga perilaku seseorang dapat berbeda dilihat dari ras yang di miliknya.

b. Kedua yaitu kelamin, perilaku pria dan wanita pasti berbeda bisa dilihat cara berpakaian pria dan wanita tersebut, serta wanita cenderung ke feminim sedangkan pria

c. Ketiga yaitu fisik, jika dilihat perilaku seseorang itu berbeda-beda karena bentuk fisiknya, seperti halnya perilaku orang tinggi itu berbeda dari orang yang pendek.

d. Keempat yaitu kepribadian, setiap manusia mempunyai perilaku yang berbeda karena berbedanya kepribadian yang dimilikinya.

e. Kelima dapat memiliki kesempatan penfembangan bakatnya yang menjadikan perilaku setiap manusia berbeda-beda.

f. Keenam yaitu intelegensi, perilaku manusia bisa berbeda-beda dilihat dari kemampuannya dalam mengambil keputusan.

2. Faktor dari luar individu atau faktor eksogen

a. Pertama yaitu lingkungan, kehidupan yang dijalani manusia tidak lepas dari lingkungan di sekitarnya yang dapat membentuk perilakunya.

b. Kedua yaitu pendidikan, pendidikan yang baik yang didapatkan oleh seseorang bisa membuatnya untuk berperilaku yang baik dan sebaliknya pendidikan yang didapatkan seseorang buruk bisa menimbulkan perilaku yang buruk pula.

c. Ketiga yaitu agama, adalah keyakinan seseorang dalam menjalankan hidup untuk berpegangan teguh dari agama yang dianutnya dan setiap agama yang dianut manusia itu bisa membuatnya berbeda dalam berperilaku.

d. Keempat yaitu ekonomi, kehidupan manusia yang mempunyai harta atau ekonomi yang baik berbeda dengan kehidupan manusia yang memiliki ekonomi yang rendah seperti halnya dalam berbelanja, orang yang ekonominya baik berbelanja di mall sedangkan seorang yang memiliki ekonomi rendah itu berbelanja di pasar.

- e. Kelima yaitu kebudayaan, keanekaragaman budaya yang dimiliki khususnya bangsa indonesia sangat beragam sekali, mulai dari suku, agama, bahasa dan lainnya itu sebagainya.

3. Faktor lainnya

- a. Pertama yaitu saraf, saraf sangat penting dalam mengendalikan perilaku manusia dalam mengatur keinginannya.
- b. Kedua yaitu persepsi, yaitu pendapat manusia yang menurutnya harus dilakukan merupakan proses diterimanya rangsangan melalui panca indera yang didahului oleh perhatian (attention) sehingga individu mengetahui yang ada didalam maupun di luar dirinya.
- c. Ketiga emosi, adalah manifestasi perasaan atau efek karena disertai banyak komponen fisiologik, biasanya berlangsung tidak lama.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwasannya faktor faktor diatas dapat mempengaruhi perilaku manusia baik perilaku baik maupun perilaku yang buruk, diantaranya ada faktor dari diri individu sendiri (endogen), faktor dari luar diri individu (eksogen) serta faktor lain-lainnya.

2. Perilaku Informasi

Definisi perilaku menurut Skinner seorang ahli Psikologi merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus

(rangsangan dari luar) perilaku manusia dari segi biologis adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas seperti berjalan, berbicara menangis, bekerja, dan sebagainya (Rosalina et al., 2024:90).

Sedangkan perilaku informasi adalah bidang kajian mengenai tindakan dan pola individu dalam mencari, memperoleh, menggunakan, dan menyebarkan informasi. Konsep Perilaku Informasi mencakup cara orang dan kelompok terlibat dan menavigasi informasi. Prosesnya mencakup beberapa kegiatan, antara lain pencarian informasi, akses informasi, penilaian kredibilitas informasi, dan pemanfaatan informasi dalam konteks pengambilan keputusan atau upaya pemecahan masalah. Sebagai contoh, konsep perilaku informasi mencakup beberapa aspek seperti pendekatan individu dalam melakukan pencarian online, kecenderungan mereka untuk menggunakan sumber yang dapat dipercaya, dan metode mereka dalam menyimpan dan mengatur informasi yang diperoleh.

Dalam ranah perilaku informasi, terdapat pemahaman tentang pemanfaatan komunikasi sebagai sarana penyampaian informasi, penafsiran pesan oleh penerima, dan dampak teknologi terhadap dinamika komunikasi. Konsep perilaku informasi dan komunikasi mencakup pemahaman tentang bagaimana individu dan kolektif terlibat dengan informasi (disebut sebagai perilaku informasi) dan cara informasi ini dikirim, diterima, dan diasimilasi dalam proses komunikasi.

Gagasan tentang perilaku informasi berkaitan dengan cara orang atau kolektif terlibat dengan informasi. Literasi informasi mencakup serangkaian aktivitas dan pilihan yang dilakukan individu ketika mereka secara aktif mengejar, memperoleh, menilai, menggunakan, dan menyebarkan informasi. Proses perilaku informasi dimulai dengan tindakan pengambilan informasi. Ketika individu menginginkan pengetahuan yang berkaitan dengan materi pelajaran tertentu, mereka sering kali melakukan pencarian online, berkonsultasi dengan sumber perpustakaan, atau mencari bantuan dari orang lain.

Proses pencarian sering kali memerlukan penggunaan alat dan taktik tertentu untuk menemukan informasi terkait. Setelah informasi yang diperlukan diperoleh, tugas selanjutnya adalah mendapatkan akses ke informasi tersebut. Hal ini dapat mencakup tindakan seperti memilih hyperlink pada halaman web, membaca karya sastra, atau memeriksa file tekstual. Cara aksesnya bisa berbeda-beda, baik dalam bentuk fisik maupun digital, bergantung pada asal informasi (Yuadi, 2023:40-41).

Salah satu teori yang membahas perilaku informasi adalah teori dari T. D. Wilson. Wilson (1999) mendefinisikan perilaku informasi sebagai tindakan individu dalam mengidentifikasi kebutuhan informasi, mencari informasi dari berbagai sumber, dan menggunakan atau membagikan informasi (Maruhawa, 2023:9). Teori ini sangat relevan untuk menggambarkan pola pencarian informasi mahasiswa, termasuk faktor-faktor yang memotivasi mereka untuk mencari informasi dan berbagai tantangan yang mungkin mereka temui selama

proses tersebut. Selain itu, teori ini membantu kita memahami bagaimana mahasiswa memilih, mengevaluasi, dan menggunakan informasi yang mereka peroleh, serta bagaimana tingkat literasi media mereka berdampak pada keputusan mereka tentang menyaring dan mencari informasi.

Sedangkan menurut Auster perilaku pencarian informasi adalah sebagai kaitan antara siapa, membutuhkan informasi yang seperti apa; dan guna alasan apa, bagaimana informasi dapat ditemukan, dievaluasi dan digunakan; serta bagaimana kebutuhan-kebutuhan informasi dapat diidentifikasi dan dipenuhi.

Adapun batasan istilah perilaku informasi menurut T. D. Wilson yang diulas Putu Laxman Pendit dalam Pawit M. Yusup (2012) adalah sebagai berikut (Maruhawa, 2023:9-10):

- a. Perilaku informasi atau information behavior adalah keseluruhan tindakan individu dalam melakukan dan menggunakan informasi secara pasif maupun aktif, termasuk saluran dan sumber informasi.
- b. Information seeking behavior atau perilaku penemuan informasi atau merupakan usaha individu menemukan informasi sebagai akibat dari adanya kebutuhan informasi yang dapat berinteraksi dengan informasi konvensional, misalnya surat kabar.
- c. Information searching behavior atau perilaku pencarian informasi, merupakan tindakan individu pada tingkat mikro, yakni adanya interaksi individu terhadap sistem informasi baik interaksi dengan komputer maupun intelektual dan mental.

d. Information user behavior atau perilaku penggunaan informasi adalah berbagai tindakan secara mental maupun fisik yang dikerjakan dengan menggabungkan informasi yang ditemukan dengan pengetahuan dasar yang dimiliki sebelumnya oleh individu tersebut.

1. Model Perilaku Pencarian Informasi

Model perilaku pencarian informasi banyak macamnya dan beragam yang dilakukan oleh masyarakat, hal tersebut karena perilaku pencarian informasi terdapat perbedaan pola antara masyarakat satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, ilmu informasi telah menghasilkan beberapa model dari perilaku pencarian informasi yang telah diteliti oleh beberapa ilmuwan, yang diantaranya yaitu:

a. Model Perilaku Pencarian Informasi David Ellis (1990)

Dalam perilaku pencarian informasi terdapat beberapa model perilaku pencarian informasi. Salah satunya model perilaku pencarian informasi yang dikemukakan oleh Ellis, terdapat delapan tahap-tahap dalam proses pencarian informasi. Tahap-tahap tersebut, yakni:

1. *Starting* (memulai): tahap di mana kegiatan atau aktivitas awal dalam pencarian informasi. Pencarian awal bisa dilakukan di perpustakaan, bahkan di rumah dengan bertanya kepada siapapun yang dianggap bisa membantu

2. *Chaining* (menghubungkan): menulis hal-hal yang dianggap penting dalam catatan-catatan kecil, menghubungkan informasi atau materi apa saja yang akan dicari nantinya.
3. *Browsing* (merambah): melakukan pencarian informasi yang terstruktur atau semi terstruktur. Jika kegiatan ini dilakukan di perpustakaan, di pusat-pusat informasi, melihat secara umum sumber-sumber informasi yang ada. Jika proses pencarian menggunakan media online, internet, proses browsing bisa dilakukan dengan mencarinya pada kotak pencarian yang tersedia seperti search engine Google dan Yahoo dengan mengetikkan kata kunci informasi yang relevan dan dibutuhkan.
4. *Differentiating* (memilah): pemilihan data mana yang akan digunakan dan mana yang tidak perlu. Langkah ini akan sangat jelas jika kita mencari informasi melalui media online, internet. Jajaran indeks kata kunci ditampilkan oleh hasil pencari awal di atas, kita bisa memilih, mengevaluasi, dan menetapkan informasi apa yang akan kita ambil untuk mendukung pekerjaan kita.
5. *Monitoring* (memantau): selalu memantau atau mencari informasi-informasi yang terbaru. Informasi terbaru hasil pencarian ini biasanya ditandai dengan tahun kelahiran informasi.
6. *Extracting* (merangkum): mengambil salah satu informasi yang berguna dalam sebuah sumber informasi tertentu. Orang bisa memilih

tema, topik, atau informasi manapun yang dianggap sesuai dengan pilihannya. Misalnya mengambil salah satu file dari sebuah World Wide Web (www) dari internet.

7. *Verifying* (verifikasi): pengecekan dan juga penilaian terhadap informasi yang telah didapatkan.

8. *Ending* (penyelesaian): tahap terakhir dalam kegiatan pencarian informasi.

Ellis mencatat bahwa interaksi individu dalam menemukan informasi memiliki keunikan tersendiri tergantung pada aktivitas penemuan itu sendiri. Ellis menyatakan bahwa *starting*, *chaining*, *browsing*, *differentiating*, *monitoring*, dan *extracting* saling berkaitan untuk membentuk pola pencarian informasi dan seringkali bukan merupakan tahapan yang teratur. Ada perbedaan di kalangan ilmuwan, misal di kalangan peneliti ilmu kimia ada dua kebiasaan khusus, yaitu *verifying* (kebiasaan mengulang cek ketepatan informasi), dan *ending* (secara khusus menetapkan akhir kegiatan pencarian informasi) (Fathurrahman, 2016).

b. Model pencarian informasi Teori Kuhlthau (1991)

Model ini melakukan pendekatan berdasarkan “proses kognitif” seseorang yang sedang mencari informasi dengan memakai metode Information Search Process (ISP) yang melihat dari perspektif pencari informasi. Kuhlthau mengemukakan beberapa tahapan dalam perilaku pencarian informasi yaitu :

1. Inisiasi (*inisiation*) merupakan tahap di mana seseorang menyadari adanya kebutuhan terhadap informasi tertentu.
2. Seleksi (*selection*) Tahap dimana seseorang mengidentifikasi dan memilih topik yang akan diselidiki dan menetapkan fasilitas penelusuran sehingga pada tahap ini individu siap untuk melakukan pencarian informasi.
3. Eksplorasi (*exploration*) tahap yang paling sulit bagi pemakai dan perantara (*intermediary*) atau petugas lembaga informasi. Hal ini disebabkan karena ketidakmampuan pemakai untuk menyatakan dengan tepat mengenai informasi yang dibutuhkannya.
4. Formulasi (*formulation*). Pada tahap ini seseorang lebih memfokuskan pada tema yang dicari sehingga pola pikir menjadi lebih jelas dan terpusat pada masalah yang ditekuninya.
5. Koleksi (*Collection*). Tahap mengumpulkan informasi yang terfokus pada masalah yang dihadapainya, memilih informasi yang relevan, membuat catatan terkait informasi yang didapat.
6. Presentasi (*Presentation*). tahapan ini menandakan proses pencarian telah selesai yang akan berakhir dengan dua kemungkinan, merasa puas atau sebaliknya. seseorang dalam tahap ini telah berani dan merasa siap untuk menyajikan pendapatnya berdasarkan informasi yang dicari melalui karya tulis, diskusi atau yang lainnya.

Tahapan-tahapan yang dikemukakan oleh Kuhlthau menghubungkan perilaku pencarian informasi dengan aspek psikologis manusia (kognitif, afektif, motorik) untuk menjelaskan perasaan pemahaman manusia yang mengalami peningkatan dan penurunan ketika melakukan pencarian informasi.

c. Model Perilaku Pencarian Informasi Leckie (1996)

Model ini terdiri dari beberapa komponen yang dimulai dengan faktor penyebab pencarian informasi yaitu peran kerja dan tugas hingga hasil pencarian informasi. Karena model Leckie ini terbatas pada kalangan profesional saja, maka faktor primer yang menjadi motivasi dalam melakukan penemuan informasi adalah peran kerja dan tugas. Studi empiris yang ada mengenai kebutuhan dan penggunaan informasi profesional menunjukkan bahwa profesional menghadapi dunia kerja yang rumit dan mengasumsikan keanekaragaman peran dalam pekerjaan mereka sehari-hari. Lima peran profesional yang sering dijalani (lebih kepada frekuensi kejadian) yakni penyedia layanan, administrator/manajer, peneliti, pendidik, dan siswa.

Secara umum, kebutuhan informasi muncul dari situasi yang berkaitan dengan tugas tertentu yang berhubungan dengan satu atau lebih dari peran kerja yang dimainkan. Kebutuhan informasi tidak bersifat tetap dan dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor intervensi. Kebutuhan informasi para profesional dipengaruhi dan dibentuk oleh beberapa variabel, diantaranya

adalah: demografi individu, konteks, kompleksitas, frekuensi, prediksi, kepentingan dan kompleksitas.

Dalam model ini, menunjukkan bahwa kebutuhan informasi dapat menciptakan suatu kesadaran terhadap sumber informasi dan/atau kandungan informasi, hal tersebut yang dapat memotivasi seseorang dalam melakukan penemuan informasi. Variabel terpenting dari pemahaman terhadap sumber informasi adalah: terbiasa dengan sumber informasi yang digunakan, keberhasilan penggunaan informasi sebelumnya, ketepatan waktu, biaya, kualitas, dan aksesibilitas sumber informasi.

Dalam fase “information is sought” (informasi ditemukan) anak panah menunjuk kedua arah, yakni ke arah karakteristik kebutuhan informasi (characteristics of information needs) dan hasil (outcome). Hal ini menjelaskan bahwa hasil penelusuran yang ditemukan harus sesuai dengan kebutuhan informasinya. Dan hasil akhir dari keseluruhan proses pencarian informasi berupa “outcomes” yang mempengaruhi sebagian besar aspek-aspek dalam model melalui putaran umpan balik (feedback) yang mengarah pada sumber informasi (sources of information), kesadaran informasi (awareness of information), dan informasi ditemukan (information is sought). Diagram Leckie dan Pettigrew ini secara jelas dimaksudkan untuk mengutamakan yang berhubungan dengan proses kerja. Pencarian informasi selalu terpengaruh oleh beberapa komponen sehingga menghasilkan hasil akhir yang berbeda. Komponen-komponen dalam model ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Fungsi dan tugas (*Work Roles and Task*)

Setiap profesi mempunyai bermacam-macam fungsi dalam pekerjaan harian mereka. Lima fungsi profesional yang sering disebutkan adalah penyedia layanan (*service provider*), administrator/manajer, peneliti, pengajar dan murid. Setiap fungsi tersebut mempunyai tugas khusus seperti (penilai, penasehat, pengawas, pembuat laporan).

2. Karakteristik kebutuhan informasi (*Characteristics of Information Needs*)

Kebutuhan informasi timbul akibat adanya situasi yang disebabkan oleh tugas-tugas untuk memenuhi fungsi yang dijalankan oleh profesional. Oleh karena itu karakteristik kebutuhan informasi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor¹⁶, diantaranya yaitu:

- Demografi individu: mencakup umur, profesi, spesialisasi, jenjang karir, dan lokasi geografis.
- Konteks: mencakup situasi kebutuhan yang khusus, internal dan eksternal.
- Frekuensi: mencakup kebutuhan yang terulang atau baru .
- Prediksi: mencakup kebutuhan informasi yang dapat diharapkan atau yang tidak diduga.
- Kekompleksan: mencakup tingkat kemudahan atau kerumitan masalah yang membutuhkan informasi.

3. Sumber-sumber informasi (*Sources of information*)

Profesional mencari informasi menggunakan banyak sumber seperti kolega, pustakawan, handbook, artikel jurnal, pengetahuan, dan pengetahuan pribadi. Sumber informasi dapat dikategorikan secara luas berdasarkan jenis dan format, yaitu formal (melalui konferensi, jurnal), informal (pembicaraan atau diskusi), internal atau eksternal (sumber yang berasal dari dalam organisasi), oral atau tulisan (bentuk tercetak dan teks elektronik) dan personal (pengetahuan dan pengalaman pribadi). Pemahaman/pengenalan atas informasi (*Awareness of information*). Pengetahuan langsung atau tidak langsung tentang berbagai sumber dan persepsi tentang proses yang terbentuk, atau tentang informasi yang didapatkan, memiliki peranan penting dalam proses pencarian informasi. Pemahaman tentang sumber-sumber informasi dan isi/konten informasi dapat menentukan jalan/proses pencarian informasi yang akan diambil. Variable-variable penting yang mempengaruhi pemahaman atas informasi mencakup kemudahan akses (*accessibility*), keakraban dan kesuksesan sebelumnya (*familiarity and prior success*), ketepatan waktu (*timeliness*), biaya (*cost*), kualitas (*quality*),

4. Hasil Akhir

Hasil akhir adalah hasil dari pencarian informasi. Hasil yang optimal adalah tercapainya kebutuhan informasi dan pencarian

informasi dalam menuntaskan tugasnya. Akan tetapi, dapat juga terjadi kemungkinan hasil yang tidak memuaskan serta tidak dibutuhkan sehingga dibutuhkan pencarian lanjutan. Hal ini dalam model disebut feedback. Apabila pencarian kedua dilakukan, maka akan terjadi perbedaan sumber informasi dan faktor yang mempengaruhi pencarian.

3. Media Sosial

a. Pengertian Media sosial

Dalam buku (Djollong *et al.*, 2023:98) terdapat beberapa pengertian sosial media sebagai berikut:

- 1) Media sosial merupakan sarana komunikasi secara online dengan memanfaatkan teknologi internet berbasis web dan mobile
- 2) Van Dijk dan Nasrullah, mengemukakan bahwa pengertian media sosial merupakan suatu platform media yang berfokus pada suatu eksistensi pengguna yang memfasilitasi para pengguna dalam beraktifitas maupun dalam berkolaborasi.
- 3) Budiman (2022) berpendapat bahwa media sosial adalah yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi

berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial dalam bentuk virtual.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sarana masyarakat untuk melakukan interaksi dan bersosialisasi dengan memanfaatkan teknologi internet dalam satu wadah yaitu media sosial. Media sosial, juga dikenal sebagai "jejaring sosial", termasuk yang paling umum digunakan Facebook (fb), WhatsApp (WA), Instagram dan Twitter. Kehidupan sosial masyarakat telah dipengaruhi oleh keberadaan media sosial. Media sosial memungkinkan partisipasi dalam berbagi informasi dalam waktu yang cepat. Media sosial menghapus batasan ruang, waktu, dan lokasi komunikasi (Amri and Putri 2021).

Didalam buku seri Literasi digital oleh direktorat jenderal informasi dan komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia yang di paparkan oleh Kaplan dan Andreas (2010), bahwa media sosial terbagi menjadi beberapa jenis diantaranya (Djollong et al., 2023:99-100) :

- 1) Proyek Kolaborasi, adalah jenis media sosial yang membebaskan seluruh pengguna untuk melakukan manajemen sebuah konten media sosial, sebagai contoh adalah Wikipedia.
- 2) Blog and Microblog, merupakan jenis media sosial dengan konten awal bentuk standar dan pengguna dapat melakukan pengembangan dengan membuat suatu konten yang didominasi dengan tulisan saja dan ditampilkan secara kronologis. Contohnya twiter.

- 3) Komunikasi Konten, pengguna melakukan kegiatan berbagi konten dengan menggunakan tipe media yang berbeda-beda atau lebih dikenal dengan multimedia seperti foto, video, audio, dan gambar. Contohnya youtube, Instagram, tiktok dan sebagainya.
- 4) Situs Jejaring sosial, jenis media sosial, dimana menggunakan melakukan interaksi dengan pengguna lain dengan cara pengguna dapat membuat profil, memberikan informasi yang dapat di akses oleh pengguna lain dan dapat mengirim pesan singkat. Contohnya facebook.
- 5) Virtual game world, jenis media sosial dengan memanfaatkan teknologi tiga dimensi atau 3D, pengguna dapat berinteraksi dalam sebuah permainan selayaknya dalam dunia nyata, misalnya permainan mobile legends.
- 6) Virtual sosial world, merupakan sebuah platform yang memberikan kebebasan lebih luas seperti simulasi kehidupan. Contohnya second life.

Adapun dampak positif dari sosial media adalah sebagai berikut (Makhmudah, 2019:145-146):

- 1) Memudahkan untuk berinteraksi dengan banyak orang. Dengan media sosial kita dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja termasuk dengan artis favorit kita yang juga menggunakan media sosial terkenal seperti Facebook dan Twitter.
- 2) Memperluas pergaulan. Media sosial membuat kita bisa memiliki banyak koneksi dan jaringan yang luas. Tentu saja hal ini berdampak positif bagi orang yang ingin mendapatkan teman atau pasangan hidup dari tempat yang jauh atau negara asing.

3) Jarak dan waktu bukan lagi masalah. Di era media sosial seperti sekarang ini, hubungan jarak jauh bukan lagi halangan besar karena kita tetap dapat berinteraksi dengan orang lain kapan saja walaupun dipisahkan oleh jarak yang cukup jauh.

4) Lebih mudah untuk mengekspresikan diri. Media sosial memberikan sarana baru bagi manusia untuk mengekspresikan dirinya. Orang biasa, orang pemalu, atau orang yang selalu gugup mengungkapkan pendapat didepan akhirnya mampu menyuarakan diri mereka secara bebas. Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat. Dengan media sosial, siapapun dapat menyebarkan informasi baru kapan saja, sehingga orang lain juga dapat memperoleh informasi yang tersebar di media sosial kapan aja.

5) Biaya lebih murah. Bila dibandingkan dengan media lainnya, maka media sosial memerlukan biaya yang lebih murah karena kita hanya perlu membayar biaya internet untuk dapat mengakses media sosial.

b. Penyebaran Informasi di Media Sosial

Penyebaran Informasi sangat mudah sekali terjadi pada saat ini karena, masyarakat sudah menggunakan teknologi untuk melakukan semua kegiatannya dalam kehidupan sehari-hari. Informasi dapat diartikan sebagai laporan tentang fakta ataupun ide terbaru yang sifatnyamenarik, benar, atau penting bagi sebagian besar masyarakat (Al-ma'arif, Fakhruroji, and Fathoni 2020). Penyebaran informasi merupakan suatu informasi yang disebarluaskan yang bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang pesan

yang ingin disampaikan, informasi tersebut disampaikan dengan memberikan fakta yang ada dengan tujuan untuk memberikan informasi yang benar dan jelas. Informasi yang tersebar di media sosial dapat menjadi salah satu pemicu terjadinya beberapa Informasi-Informasi yang belum valid (Prayitno 2024).

Di media sosial, berbagai jenis Informasi dapat diakses, dan para pengguna juga memiliki kemampuan untuk membuat Informasi mereka sendiri. Informasi yang dibuat oleh pengguna media sosial sering kali disebut sebagai status, yang dapat berupa teks, gambar, atau video yang diunggah oleh pemilik akun (Makhmudah 2019). Sehingga media sosial menjadi sumber utama informasi bagi mahasiswa dan memengaruhi cara mereka mengonsumsi dan menyebarkan Informasi (Kalista, Badriyah, and Zhoulva Salim 2024).

Penyebaran Informasi secara cepat dan luas melalui platform media sosial diperlukan untuk menjaga integritas, kejujuran, dan perdamaian dalam komunikasi menjadi semakin penting. Dalam menghadapi kompleksitas media modern, penguatan nilai-nilai integritas, kejujuran, dan perdamaian menjadi landasan penting untuk menjaga kepercayaan publik, memelihara harmoni sosial, dan menghindari konflik yang tidak diinginkan (Sampurna, Indra, and Fandhy 2024).

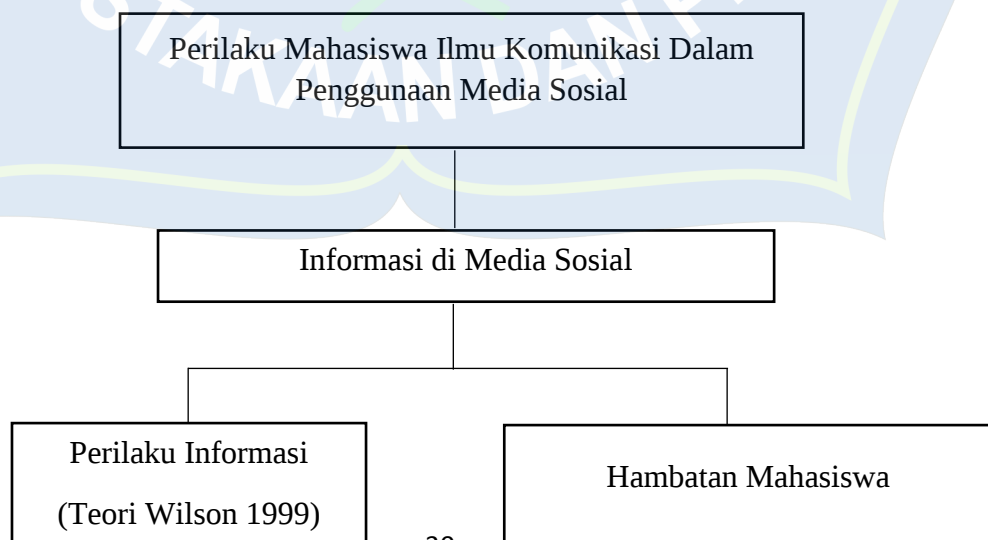
C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan alur logis yang digunakan peneliti untuk memperkuat fokus penelitian. Dalam penelitian kualitatif, kerangka ini berfungsi sebagai landasan untuk mengarahkan penelitian, mengembangkan konteks, serta

menjelaskan hubungan antara konteks, metode, dan teori yang digunakan. Hal ini membantu memastikan penelitian berjalan terarah dan sistematis.

Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan atau berkaitan dengan fokus penelitian. Menurut Sugiyono dalam jurnal (Suryani, 2019:422) mendefinisikan kerangka berpikir adalah suatu sintesis yang menggambarkan hubungan antar variabel yang diteliti. Kerangka berpikir ini berfungsi sebagai panduan untuk mengatasi masalah penelitian serta merumuskan hipotesis penelitian, yang biasanya disajikan dalam bentuk diagram alir yang dilengkapi dengan penjelasan secara kualitatif.

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan di atas, maka tergambar beberapa konsep yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini. Kerangka pemikiran teoritis di atas akan diterapkan dalam kerangka konseptual sesuai dengan penelitian yang akan diteliti yaitu “Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Penyerapan Informasi di Media Sosial”. Berikut gambar kerangka berpikir dalam penelitian ini:



Tabel 2.2 Kerangka Berfikir

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian juga dapat diartikan sebagai pusat konsentrasi dari tujuan penelitian yang sedang dilakukan oleh seorang peneliti. Fokus penelitian ini bermanfaat untuk menyusun sebuah laporan ilmiah, baik itu skripsi, tesis, atau disertasi. Oleh sebab itu, fokus penelitian harus ditulis dan dijabarkan secara eksplisit dengan tujuan untuk dapat mempermudah peneliti sebelum mengadakan kegiatan observasi (Salmaa 2022).

Berdasarkan teori dan kerangka pikir diatas maka fokus penelitian ini adalah Analisis Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Penyerapan Informasi di Platfrom Media Sosial dengan menggunakan teori Perilaku Informasi (Wilson 1999).

E. Deskripsi Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis perilaku mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam menggunakan media sosial berdasarkan teori Perilaku Informasi yang dikemukakan oleh Wilson (1999). Teori ini membagi perilaku informasi ke dalam empat aspek utama yang menjadi perhatian dalam penelitian ini, yaitu:

1. **Kebutuhan Informasi** Upaya Mahasiswa dalam menganalisis faktor-faktor yang mendorong individu untuk mencari informasi dan bagaimana kebutuhan informasi tersebut berubah seiring perkembangan teknologi.
2. **Mencari Informasi** Bagaimana Mahasiswa dalam memperoleh informasi secara aktif maupun pasif melalui media sosial dan dampaknya terhadap pengambilan keputusan.
3. **Menggunakan Informasi** mengidentifikasi bagaimana Mahasiswa memverifikasi informasi yang diperoleh dari berbagai sumber sebelum digunakan
4. **Membagikan Informasi** mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam membagikan atau menyimpan informasi, terutama di media sosial dan platform digital lainnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi

Penelitian ini dilakukan setelah seminar proposal dan lokasi penelitian ini di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar di Jl. Sultan Alauddin No.259, Gn. Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Yang difokuskan pada mahasiswa program studi ilmu komunikasi Fisip. Alasan lokasi tersebut dipilih karena dianggap representatif dalam memahami perilaku mahasiswa dalam menyerap informasi di platform media sosial. Penelitian ini akan berlangsung mulai 21 April 2025 hingga 21 Juni 2025 .

B. Jenis dan Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Bogdan dan Taylor (1982) dalam buku (Abdussamad, 2021:30) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari individu serta perilaku yang diamati. Pendekatan ini menekankan pemahaman menyeluruh terhadap latar dan subjek penelitian secara holistik. Sedangkan metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk memahami atau menggali fenomena, gejala, atau realitas sosial tertentu. Tujuannya adalah untuk memaparkan berbagai variabel yang berkaitan dengan isu serta unit penelitian secara sistematis dan detail (Syahrizal & Jailani, 2023:18). Adapun realita sosial yang sedang dihadapi dalam penelitian ini

adalah perilaku mahasiswa ilmu komunikasi terhadap penyerapan Informasi di media sosial.

C. Sumber Data

Sumber data didalam penelitian adalah subjek asal data diperoleh. Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam menentukan metode penulisan data. Sumber data merupakan segala fakta yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, sedangkan informasi adalah hasil pengolahan data yang dipakai untuk suatu keperluan. Sumber data utama dari penelitian kualitatif adalah data dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Oleh karena itu, sumber data diklasifikasikan menjadi dua, yaitu (Sungadji & Sopiah, 2010:169) yaitu:

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) baik dari individu maupun perseorangan, seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Selanjutnya dalam penelitian ini yang termasuk data primer yaitu data langsung dari hasil wawancara dengan mahasiswa program studi ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Makasar.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Data sekunder berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia atau sudah di publikasi. Dalam penelitian ini yang termaksud dalam sumber data sekunder yaitu

dokumentasi yang terdiri dari arsip, dokumen, dan data-data lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

D. Penentuan Informan

Menentukan informan, *key person*, dan responden dalam penelitian kualitatif merupakan langkah krusial dalam menetapkan partisipan yang sesuai. Pemilihan partisipan harus mempertimbangkan tujuan penelitian, kesesuaian karakteristik mereka dengan topik yang diteliti, serta peluang untuk memperoleh wawasan yang mendalam dan komprehensif. Pemilihan informan atau *key person* yang tepat dalam penelitian bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh relevan, bernilai, dan memiliki kedalaman yang cukup untuk menjawab pertanyaan penelitian (Rosmiati *et al.*, 2023:49-50).

Adapun penentuan informan pada penelitian yang akan dilakukan sesuai dengan tujuan dan topik penelitian ini yakni untuk mengetahui perilaku mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makasar terhadap penyerapan Informasi di media sosial. Sehingga pemilihan informan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makasar sebanyak 3 orang.

No.	Nama	Ket
1.	Muh Alkautsar	Aktif Organisasi
2.	Andi Asmira	Mahasiswa Berprestasi
3.	Ega Amelia	Aktif di Media Sosial

Tabel 3.1 Informan

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi yang mendukung pencapaian tujuan penelitian secara objektif. Agar data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan, peneliti menerapkan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan triangulasi data. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing teknik tersebut:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan disengaja melalui pengamatan dan pencatatan terhadap gejala yang diselidiki. Apabila peneliti hendak mengenal dunia sosial, peneliti harus memasuki dunia itu, artinya peneliti harus hidup di kalangan manusia (masyarakat), mempelajari bahasanya, melihat dengan mata kepala sendiri apa yang terjadi, mendengarkan dengan telinga sendiri apa yang dikatakan, pikirkan dan rasakan (Abdussamad, 2021:147-148).

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi atau dapat diartikan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab antara peneliti dengan obyek yang diteliti. Dalam metode ini kreatifitas pewawancara sangat diperlukan karena dapat dikatakan bahwa hasil interview yang diteliti banyak bergantung pada kemampuan penyelidik untuk mencari jawaban, mencatat dan menafsirkan setiap jawaban (Abdussamad, 2021:143).

3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku-buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya. Dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang bersumber dari dokumen dan rekaman (Abdussamad, 2021:149-150).

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif terdapat teknis analisis yang dilakukan agar penelitian kualitatif tidak terlalu melebar, sebagai berikut (Sahir, 2021:47-49):

1. Reduksi Data

Reduksi data ataupun merangkum informasi bersumber pada hal-hal yang penting untuk dibahas atau diambil satu kesimpulan. Reduksi data bisa dilakukan dengan cara melakukan abstraksi atau merangkum hal yang penting agar tetap berada dalam penelitian. Dengan kata lain proses reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan inti dari data yang diperoleh dari hasil penggalan data. Reduksi adalah mempermudah informasi yang didapat dari lapangan. Informasi yang didapat di lapangan tentu merupakan data yang sangat rumit dan juga sering dijumpai informasi yang tidak ada kaitannya dengan tema penelitian tetapi data tersebut bercampur dengan data penelitian.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tertata yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Tahap ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tertata sehingga adanya penarikan kesimpulan, hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya. Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengelompokan pada setiap pokok masalah.

3. Kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi merupakan langkah akhir dalam proses analisa data penelitian kuantitatif. Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian pernyataan dari objek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Program Studi Ilmu Komunikasi adalah program studi yang berada di bawah naungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Muhammadiyah Makassar. Prodi ini didirikan pada tanggal 9 April 2015 sesuai dengan Izin Penyelenggaraan Program Studi No. 152/M/Kp/IV/2015 dari Menristek dikti Republik Indonesia. Prodi ini merupakan program studi yang ke 45 di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Prodi Ilmu Komunikasi sudah terakreditasi B dari BAN-PT sejak 2019. Prodi ini memiliki 2 peminatan, yaitu Jurnalistik & Public Relations Secara periodic reformasi kurikulum dilakukan untuk menyesuaikan dengan perkembangan ilmu dan dunia profesional di bidang digital komunikasi. Proses belajar mengajar menggunakan peralatan multimedia dengan penekanan pada kompetensi konseptual, manajerial dan teknis.

Guna meningkatkan skill dan mewadahi bakat mahasiswa, Prodi Ilmu Komunikasi menyediakan fasilitas laboratorium yang memadai dan representatif, meliputi lab ruang produksi siaran TV, stasiun radio, studio fotografi, komputer multimedia dan desain grafis.

Untuk meningkatkan *link and match* antara lulusan pendidikan tinggi dengan dunia usaha dan dunia industry serta masa depan yang semakin cepat mengalami perubahan, Prodi Ilmu Komunikasi pada awal tahun 2020 melalui program yang

dicetuskan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan memberlakukan kebijakan baru di bidang pendidikan tinggi melalui program “Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM)”.

Kebijakan MBKM ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk mendapatkan pengalaman belajar yang lebih luas dan kompetensi baru melalui beberapa kegiatan pembelajaran di luar program studinya.

a. Visi dan Misi

Visi

Visi Program Studi Ilmu Komunikasi adalah “Menjadi program studi yang Unggul dan Terpercaya dalam Bidang Komunikasi Digital berdasarkan Nilai-Nilai Islam di Asia Tenggara Tahun 2030.”

Misi

Untuk mencapai visi tersebut, Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNISMUH Makassar menjabarkan usaha-usaha yang akan dilakukan sebagai tanggungjawab dan rencana konkrit. Misi Program Studi Ilmu Komunikasi yaitu:

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang ilmu komunikasi yang berorientasi pada komunikasi digital.
2. Mengembangkan dan menyebarkan konsep dan teori-teori yang aplikatif di bidang komunikasi digital.
3. Menumbuhkan jiwa dan semangat kerja sektor formal maupun non formal di bidang komunikasi digital pada mahasiswa.

4. Mengembangkan penelitian-penelitian komunikasi yang berorientasi pada pemecahan permasalahan-permasalahan komunikasi dalam masyarakat.
5. Mengembangkan kerjasama dengan berbagai perguruan tinggi dan dunia usaha yang berorientasi pada peningkatan kualitas pembelajaran.
6. Menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi pada bidang jurnalistik (kewartawanan) dan public relations (kehumasan) dengan berdasar pada nilai-nilai islam. (<https://www.unismuh.ac.id/program-studi/ilmu-komunikasi/>)

b. Tujuan

Tujuan Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNISMUH Makassar yaitu:

1. Menghasilkan lulusan Program Studi Ilmu Komunikasi yang unggul di bidang komunikasi digital dan berkarakter islami yang mampu bersaing ditingkat nasional dan Asia Tenggara.
2. Melahirkan karya pengabdian masyarakat yang mampu mendorong masyarakat untuk mengidentifikasi, merumuskan masalah yang berkaitan dengan komunikasi dan mencari solusi atas permasalahan-permasalahan tersebut.
3. Menghasilkan penelitian-penelitian komunikasi yang inovatif dan solutif yang mampu memecahkan permasalahan-permasalahan dalam

masyarakat serta mendorong pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berbasis komunikasi digital.

4. Mewujudkan kemandirian Program Studi Ilmu Komunikasi berbasis digital entrepreneurship dengan menggalang berbagai macam kerjasama kampus dan dunia industri ditingkat nasional dan Asia Tenggara.

c. Sasaran

1. Sasaran Mutu Kurikulum Prodi Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNISMUH Makassar diimplementasikan dengan kurikulum berbasis Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) yang memprioritaskan capaian pembelajaran, melalui sistem pengajaran yang dinamis dan komunikatif. Kurikulum ini diarahkan pada konsentrasi Jurnalistik dan Public Relations. Dalam praktiknya, kegiatan pembelajaran ditunjang dengan adanya pusat laboratorium multi media, audio visual (TV), radio, fotografi, publik relations dan lobbying.
2. Dengan sasaran kurikulum yang telah ditetapkan diharapkan mahasiswa dapat dibekali dengan teori dan praktek untuk menyiapkan profesi yang mumpuni di bidang Jurnalistik dan Public Relations.
3. Kurikulum yang dapat mewujudkan aktivitas pengajaran, pelatihan, penelitian, dan pengabdian bidang ilmu komunikasi melalui pembelajaran berbasis kompetensi dan kewirausahaan.

4. Mewujudkan kearifan lokal dan semangat kritis progresif humanisme, konstruktif, adaptif dan responsive dalam interaksi komunikatif antara sivitas akademika dan masyarakat.
5. Mencapai visi, misi prodi yang telah ditetapkan searah dengan visi misi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Universitas Muhammadiyah Makassar.

B. Hasil Penelitian

Peneliti menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Model Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Penyerapan Informasi Di *Platfrom* Media Sosial, adapun hasil dalam penelitian untuk memperoleh data dari penelitian di lapangan, baik dari observasi juga wawancara dan dokumentasi.

1. Perilaku mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar terhadap penyerapan Informasi di media sosial?

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui wawancara terhadap narasumber, selanjutnya dapat diperoleh data-data yang berhubungan erat dengan karakteristik responden menurut karakter jenis kelamin, tingkat pendidikan, jabatan. Selain itu data primer penelitian berupa jawaban-jawaban atas pertanyaan yang diajukan kepada narasumber terkait dengan Model Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Penyerapan Informasi Di *Platfrom* Media Sosial, dianalisis secara objektif dan mendalam sebagai bentuk hasil dan pembahasan penelitian. Berdasarkan Teori Model Perilaku Informasi

menurut Wilson terdiri dari empat elemen utama yaitu Kebutuhan Informasi, Mencari Informasi, Menggunakan Informasi, Membagikan Informasi.

a. Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi merupakan bagian penting dalam kehidupan sehari-hari dan menjadi komoditas utama dalam era informasi modern. Media sosial melalui jaringan sosial membantu seseorang dalam berbagi informasi dan berhubungan dengan orang lain. Adapun Media digital yang digunakan diantaranya Instagram dan Tiktok, sebagian besar mahasiswa ilmu komunikasi Fisip memanfaatkan media sosial untuk mencari berbagai informasi di media sosial seperti Instagram dan tiktok. Berdasarkan dengan penjelasan di atas peneliti kemudian mewawancarai Muh Alkautsar, Mengatakan:

“yang biasa mendorong saya mencari informasi di media sosial adalah rasa ingin tahu terhadap isu-isu terbaru, baik dalam lingkup akademik, sosial, maupun hiburan” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Berdasarkan kutipan di atas dapat disimpulkan, bahwa timbulnya rasa ingin tahu terhadap isu-isu yang sedang hangat dibicarakan, baik dalam lingkup akademik, sosial, maupun hiburan. Menjadi faktor pendorong untuk mencari informasi terbaru di media sosial. Muh Alkautsar, Menambahkan:

“platform yang paling sering saya gunakan untuk mencari informasi adalah Instagram dan X (Twitter). Instagram saya pilih karena banyak konten edukatif disajikan secara visual, seperti infografis dan carousel, jadi lebih mudah dipahami. Sedangkan X saya gunakan karena informasinya cepat, real-time, dan sering digunakan untuk diskusi isu-isu terkini. Kedua platform ini membantu saya menyerap informasi dengan

cara yang cepat, ringkas, dan sesuai dengan kebutuhan saya“
(Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Hal yang sama juga disampaikan oleh Andi Asmira tentang platform yang sering digunakan untuk mencari informasi :

“saya lebih sering mencari informasi di platform media sosial Instagram dan TikTok, karena keduanya menyediakan konten yang cepat, visual, dan mudah dipahami” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Pernyataan diatas menunjukkan preferensi yang jelas terhadap penggunaan Instagram dan X (Twitter) sebagai platform utama dalam mencari dan menyerap informasi. Instagram dipilih karena menyajikan konten edukatif dalam bentuk visual seperti infografis dan carousel, yang memudahkan pemahaman informasi secara cepat dan menarik. Sementara itu, X digunakan karena kemampuannya dalam menyampaikan informasi secara real-time dan menjadi ruang diskusi untuk isu-isu terkini. Kombinasi kedua platform ini mencerminkan model perilaku mahasiswa yang adaptif terhadap format dan kecepatan informasi, serta mencerminkan kebutuhan akan informasi yang ringkas, relevan, dan mudah dicerna dalam konteks perkembangan komunikasi digital saat ini. Media sosial sering kali menjadi tempat pertama kali isu-isu terbaru di sebar luaskan, Muh Alkautsar juga memberikan pernyataan :

“media sosial seperti Instagram dan X sering menjadi tempat pertama kali melihat isu-isu yang sedang trending, dan dari situ saya merasa tertarik mengenai isu tersebut dan terdorong untuk mencari informasi yang lebih lanjut” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Dari pernyataan Informan diatas, menunjukkan bahwa media sosial sering kali menjadi tempat pertama kali melihat sebuah topik yang trending dan mendorong seseorang untuk mencari informasi yang lebih lanjut.

Akademik juga menjadi salah satu faktor pendorong mahasiswa untuk mencari informasi melalui media sosial, Adapun hasil wawancara dengan Andi Asmira, mengatakan :

“akademik juga menjadi faktor pendorong penting untuk mencari informasi di media sosial. Kecepatan dan kemudahan akses informasi di media sosial menjadikan pilihan utama, misal ketika waktu saya terbatas saya akan mencari penjelasan ringkas melalui video pendek di Tiktok atau infografik di instagram yang praktis dan mudah di paham. Konten-konten tersebut membantu saya memahami konsep secara cepat” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Ega Amalia juga memberikan pernyataan tentang faktor pendorong mahasiswa untuk mencari informasi di media sosial.

“Saya mencari informasi di media sosial karena lebih mudah diakses dan cepat. Cukup dengan membuka aplikasi, saya bisa langsung menemukan berbagai topik yang sedang tren atau dibutuhkan tanpa harus membuka banyak situs berbeda.” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Akademik juga menjadi pendorong penting. Misalnya, ketika dosen menyebutkan istilah atau teori tertentu, mahasiswa sering kali mencari penjelasan ringkasnya melalui video pendek di TikTok atau infografik di Instagram. Konten-konten tersebut membantu mahasiswa memahami konsep secara cepat sebelum mendalami sumber yang lebih akademik seperti jurnal atau buku. kecepatan dan kemudahan akses informasi di media sosial menjadikannya pilihan utama, terutama ketika mahasiswa terbatas

atau sedang mencari penjelasan yang praktis dan mudah dipahami. Andi Asmira menambahkan bahwa :

"jenis informasi yang paling sering saya cari di media sosial antara lain adalah isu-isu terkini, seperti berita sosial, politik, dan budaya, kemudian konten edukatif seputar komunikasi, serta informasi peluang seperti magang, lomba, atau seminar. Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi, saya merasa penting untuk selalu mengikuti perkembangan isu sosial dan media karena hal itu sangat berkaitan dengan mata kuliah yang saya pelajari, seperti teori komunikasi, media digital, dan komunikasi massa. Konten edukatif di media sosial, seperti infografis atau video singkat, juga sangat membantu saya memahami konsep-konsep penting dengan cara yang lebih praktis dan mudah diakses" (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Ega Amelia juga memberikan pernyataan tentang jenis informasi apa yang sering dicari di media sosial.

"selain untuk kebutuhan akademik, saya juga sering mencari informasi seputar hiburan, konten kreatif, dan inspirasi pembuatan media. Ini penting karena sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi saya perlu tahu tren konten yang sedang banyak disukai" (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Pernyataan diatas menunjukkan pola pencarian informasi yang beragam namun terfokus pada kebutuhan akademik dan orientasi kreatif dan tren media. Pertama, orientasi akademik dan pengembangan diri, di mana mahasiswa mencari di bidang sosial, politik, dan budaya, konten edukatif seputar ilmu komunikasi, serta informasi peluang seperti magang, lomba, atau seminar. Kedua, orientasi kreatif dan tren media, di mana mahasiswa mencari hiburan dan inspirasi pembuatan konten untuk memahami dinamika tren digital. Hal ini menegaskan bahwa mahasiswa bersikap aktif, selektif,

dan kritis dalam memanfaatkan media sosial sesuai kebutuhan akademik maupun pengembangan kompetensi komunikasi.

b. Mencari Informasi

Pada tahap ini proses mahasiswa untuk menemukan data atau pengetahuan yang dibutuhkan dari berbagai sumber, terutama melalui internet salah satunya di media sosial. Mereka merasa bahwa dengan memanfaatkan kecepatan dan kemudahan untuk mengakses media sosial mereka dapat dengan mudah untuk mendapatkan informasi dengan mudah. Berdasarkan penjelasan peneliti kemudian mewawancarai Muh Alkautsar, mengatakan :

“biasanya kalau saya mencari informasi, tergantung jenis informasinya. Kalau terkait kegiatan organisasi atau isu-isu sosial dan kampus, saya lebih sering cek di Instagram karena informasi dari BEM, HMJ, atau akun kampus itu biasanya update disitu. Saya juga mem follow beberapa akun organisasi eksternal, jadi dapat informasi agenda dari luar kampus juga” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Berdasarkan pernyataan diatas, menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa mencari informasi di media sosial berdasarkan dengan kebutuhan mereka. Seperti halnya jika mencari informasi terkait kegiatan organisasi atau isu-isu sosial dan kampus, mahasiswa lebih sering mencarinya di media sosial Instagram di karenakan akun Instagram BEM, HMJ maupun akun kampus biasanya update disana. Beberapa mahasiswa juga mem-follow akun organisasi internal agar mendapat informasi agenda dari luar kampus juga. Muh Alkautsar menambahkan :

“kebanyakan informasi yang saya cari di media sosial terkait isu-isu terkini seperti politik, konflik sosial, tren budaya, dan peristiwa nasional,

salah satu isu yang pernah saya cari di media sosial terkait UU TNI.”
(Wawancara, Selasa 17 Juni 2005)

Pernyataan diatas Menunjukkan kecenderungan aktif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi, khususnya dalam mencari dan mengikuti isu-isu aktual seperti politik, konflik sosial, tren budaya, dan peristiwa nasional. Hal ini menunjukkan Informan tidak hanya menggunakan media sosial untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana pemantauan isu-isu publik yang relevan dengan bidang studinya. Salah satu contoh konkret adalah pencarian informasi mengenai Undang-Undang TNI, yang menggambarkan adanya kesadaran kritis serta pemanfaatan media sosial sebagai kanal penyerap informasi yang cepat dan responsif terhadap perkembangan sosial-politik.

Namun, tidak keseluruhan mahasiswa menggunakan media sosial untuk mencari informasi tentang kegiatan organisasi atau isu-isu sosial atau kampus. Seperti Andi Asmira mengatakan :

“saya biasanya menggunakan media sosial secara terstruktur untuk mencari informasi baik tentang akademik maupun isu terkini dalam bidang yang saya minati. Saya menentukan dulu topik atau kata kunci yang relevan dengan kebutuhan saya, kemudia saya gunakan di kolom pencarian baik di Instagram maupun Tiktok. Saya sering mencari infografis atau konten-konten edukatif dari akun akademik atau komunitas mahasiswa, lalu saya simpan untuk saya jadikan referensi”
(Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Sebagian mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk mencari infografis atau konten-konten edukatif dari akun akademik atau komunitas

mahasiswa, lalu di simpan untuk di jadikan *referensi* kemudian hari, baik yang ada di Instagram maupun Tiktok. Andi Asmira Menambahkan :

“saya sering kali mencari informasi seputar teori komunikasi, strategi pemasaran digital, public relations, branding, dan tren media sosial itu sendiri. Biasanya saya menemukannya dalam bentuk infografis diposting di Instagram, ataupun video pendek di TikTok. format yang ringkas namun informatif ini membantu saya menyerap materi dengan lebih mudah” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Pernyataan diatas menunjukkan perilaku pencarian informasi yang terarah dan relevan dengan bidang Ilmu Komunikasi, seperti teori komunikasi, strategi pemasaran digital, public relations, branding, dan tren media sosial. Media sosial dimanfaatkan secara aktif sebagai sumber pembelajaran alternatif, terutama melalui format konten visual seperti infografis di Instagram dan video pendek di TikTok. Pilihan terhadap format yang ringkas namun informatif mencerminkan preferensi terhadap gaya penyajian informasi yang mudah dipahami dan cepat diserap. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen informasi pasif, tetapi juga mampu menyeleksi konten edukatif yang sesuai dengan kebutuhan akademik dan profesional mereka di era digital. Kemudian wawancara selanjutnya dengan Ega Amelia mengatakan :

“saya pribadi biasanya mencari informasi di media sosial itu tergantung kebutuhan. Misalnya saya butuh info yang lagi tranding atau isu-isu terkini, saya langsung cek di Instagram atau Tiktok. Biasanya saya lihat di explore atau langsung saya search terus ketik kata kuncinya. Saya juga follow beberapa akun yang memang sering update informasi akademik, infografis atau berita, seperti @narasi.tv, @katadata, sama

akun kampus juga, dari situ saya bisa dapat info yang update.”
(Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Sebagian besar mahasiswa juga melakukan pencarian informasi sesuai kebutuhan mereka, khususnya untuk mencari informasi yang sedang trending. Platform seperti Instagram dan Tiktok menjadi pilihan utama karena fitur seperti explore dan search memudahkan pengguna untuk menemukan informasi dengan cepat melalui kata kunci. Selain itu, mengikuti akun-akun yang rutin mengunggah konten informative,, seperti akun berita, infografis, maupun akun resmi kampus menjadi pilihan mahasiswa agar tetap mendapatkan informasi yang relevan dan terbaru.

c. Menggunakan Informasi

Menggunakan Informasi merujuk pada sejauh mana individu memanfaatkan informasi yang telah diperoleh untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya mencari dan mengumpulkan informasi, tetapi juga memahami, mengevaluasi, dan mengintegrasikan informasi tersebut. Penggunaan informasi dapat berupa menyimpan, membagikan, atau mengintegrasikannya ke dalam tugas kuliah, diskusi, atau kegiatan lainnya yang relevan. Berdasarkan dengan penjelasan di atas peneliti kemudian mewawancarai Muh Alkautsar, Mengatakan:

“informasi dari media sosial biasanya saya jadikan trigger awal untuk eksplorasi topik tersebut. Misal ada yang share isu-isu terkini, saya cari tahu lebih lanjut lewat berita resmi, jadi informasi dari media sosial saya jadikan sebagai pintu masuk informasi” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Berdasarkan pernyataan diatas, mahasiswa sering kali menjadikan informasi yang di dapat dari media sosial untuk dijadikan sebagai *trigger* awal untuk mengeksplorasi isu-isu terkini. Informasi terkait isu-isu terkini yang di dapatkan di media sosial menjadi pintu masuk informasi dan selanjutnya mahasiswa mencari lebih lanjut lewat berita resmi untuk di jadikan bahan diskusi dan sebagainya. Muh Alkautsar juga menambahkan :

“saya tidak langsung menjadikan informasi yang saya dapatkan di media sosial baik di Instagram maupun Tiktok sebagai referensi utama. Tapi informasi yang saya dapatkan di media sosial saya gunakan sebagai landasan awal untuk mencari di berita resmi sebelum di kaji lebih lanjut” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Dari pernyataan di atas, Dapat disimpulkan bahwa informasi dari media sosial, seperti Instagram dan TikTok, tidak langsung dijadikan sebagai referensi utama, melainkan digunakan sebagai landasan awal untuk menggali informasi lebih lanjut. Informasi yang ditemukan di media sosial berperan sebagai pemicu awal yang kemudian dikonfirmasi kembali melalui sumber-sumber resmi atau berita yang terpercaya sebelum dijadikan bahan kajian atau referensi yang valid.

Mahasiswa juga memanfaatkan media sosial sebagai sumber pembelajaran melalui konten-konten yang mereka dapatkan di media sosial.

Andi Asmira mengatakan :

“informasi dari media sosial sering saya manfaatkan sebagai bahan diskusi kelas, contoh kasus dalam presentasi, atau referensi tambahan dalam tugas tertulis. Misalnya, ketika membahas komunikasi krisis atau strategi konten digital, saya biasanya mengangkat contoh nyata dari

media sosial yang relevan dan sedang viral. Dengan begitu, pembahasan jadi lebih kontekstual dan actual” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Pernyataan diatas menunjukkan informan secara aktif memanfaatkan informasi yang diperoleh dari media sosial dalam konteks akademik, seperti diskusi kelas, presentasi, maupun tugas tertulis. Informasi yang bersifat aktual dan relevan, terutama yang sedang viral di media sosial, sering dijadikan contoh kasus untuk memperkuat materi pembelajaran, khususnya dalam topik seperti komunikasi krisis atau strategi konten digital. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya menyerap informasi secara pasif, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara kontekstual dalam proses belajar. Perilaku ini mencerminkan kemampuan mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam mengintegrasikan informasi dari media sosial ke dalam kerangka akademik, sehingga pembahasan menjadi lebih aktual, dinamis, dan relevan dengan perkembangan dunia komunikasi saat ini. Andi Asmira Mengatakan :

“saya mengikuti beberapa akun edukatif di media sosial yang membagikan konten pembelajaran seperti tips menulis skripsi, penjelasan singkat materi perkuliahan, atau tutorial penggunaan aplikasi akademik seperti Mendeley, SPSS, ataupun excel. informasi ini saya manfaatkan untuk memperdalam pemahaman terhadap suatu topik dan memperkaya referensi belajar secara mandiri melalui media sosial” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Banyak mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai sumber pembelajaran dengan mengikuti akun-akun edukatif yang membagikan konten seperti tips menulis skripsi, penjelasan materi kuliah, hingga tutorial penggunaan aplikasi akademik. Konten-konten ini membantu mereka

memperdalam pemahaman terhadap topik tertentu dan memperkaya referensi belajar secara mandiri di luar perkuliahan formal. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai sarana pendukung dalam proses pembelajaran mahasiswa. Ega Amelia menambahkan :

“saya cukup sering menggunakan informasi dari media sosial sebagai referensi dalam tugas kuliah maupun diskusi kelas. Tentu saja saya tetap memastikan bahwa sumbernya kredibel, misalnya dari akun resmi media massa, jurnalis, akademisi, atau institusi pemerintah” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Mahasiswa selektif dan kritis dalam menggunakan informasi dari media sosial untuk keperluan akademik, seperti tugas kuliah dan diskusi kelas. Meskipun media sosial menjadi salah satu sumber informasi yang sering dimanfaatkan, responden tetap memperhatikan kredibilitas sumber dengan merujuk pada akun resmi, seperti media massa, jurnalis profesional, akademisi, dan institusi pemerintah. Ega Amelia Menambahkan :

“saat ada tugas mata kuliah Komunikasi Politik, saya pernah mengangkat fenomena komunikasi digital dalam kampanye pemilu. Saya menggunakan data dan cuplikan konten kampanye politik yang saya temukan di Instagram dan X, termasuk cara politisi membangun citra melalui media sosial. Konten tersebut saya jadikan bahan analisis tentang strategi framing dan personal branding. Selain itu, dalam diskusi kelas tentang komunikasi krisis, saya pernah mengangkat kasus sebuah brand yang viral karena kontroversi di TikTok. Saya tunjukkan bagaimana perusahaan tersebut merespons krisis lewat media sosial, lalu kami bahas strategi komunikasinya bersama dosen dan teman-teman di kelas” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Pernyataan diatas menunjukkan pemanfaatan informasi dari media sosial secara aktif dan aplikatif dalam konteks akademik. Informasi yang diperoleh, seperti konten kampanye politik dari Instagram dan X maupun

kasus komunikasi krisis di TikTok, digunakan sebagai bahan analisis dalam tugas dan diskusi kelas. Mahasiswa mampu mengaitkan konten digital dengan teori komunikasi, seperti framing, personal branding, dan strategi krisis, yang menunjukkan adanya pemahaman kritis dan kontekstual terhadap materi perkuliahan. Perilaku ini mencerminkan kemampuan mahasiswa dalam mengintegrasikan informasi aktual dari media sosial ke dalam kerangka analisis ilmiah, serta menegaskan peran media sosial sebagai sumber pembelajaran yang relevan dan dinamis dalam studi Ilmu Komunikasi.

d. Membagikan Informasi

Dalam konteks penggunaan media sosial, perilaku membagikan informasi menjadi salah satu aspek penting dalam memahami bagaimana mahasiswa menyerap dan merespons informasi yang mereka peroleh. Mahasiswa Ilmu Komunikasi, sebagai individu yang mempelajari proses komunikasi secara teoritis dan praktis, cenderung lebih sadar terhadap nilai dan dampak dari sebuah informasi, sehingga proses berbagi informasi bukan hanya bersifat spontan, melainkan juga strategis dan selektif. Muh Alkautsar mengatakan :

“saya cukup sering membagikan kembali informasi dari media sosial, terutama jika menurut saya informasi tersebut penting, bermanfaat, atau relevan dengan isu yang sedang dibicarakan. Jenis informasi yang paling sering saya bagikan biasanya berupa isu sosial, edukasi, dan informasi akademik atau pengembangan diri, seperti info webinar, lomba, dan beasiswa“ (Wawancara, Selesa 17 Juni 2025)

Mahasiswa cenderung aktif dalam membagikan kembali informasi dari media sosial, terutama yang dianggap penting, bermanfaat, atau relevan dengan isu yang sedang berkembang. Jenis informasi yang paling sering dibagikan mencakup isu sosial, konten edukatif, serta informasi akademik dan pengembangan diri, seperti webinar, lomba, dan beasiswa. Perilaku ini mencerminkan adanya kesadaran sosial dan keinginan untuk berkontribusi dalam penyebaran informasi yang bersifat konstruktif dan mendidik. Selain itu, hal ini juga menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga berperan sebagai distributor informasi yang selektif dan bertanggung jawab dalam ruang digital. Muh Alkautsar Menambahkan :

“saya juga kadang membagikan konten yang berkaitan dengan komunikasi digital atau media, misalnya tips membuat konten, cara membangun personal branding, atau analisis ringan tentang cara suatu brand berkomunikasi di media sosial. Alasan saya membagikan informasi tersebut bukan hanya untuk menyebarkannya ke orang lain, tapi juga sebagai bentuk partisipasi aktif dalam menyampaikan pesan yang positif atau relevan dengan bidang yang saya pelajari. saya percaya bahwa sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi, saya punya peran untuk ikut menyebarkan informasi yang membangun, bukan hanya menjadi konsumen pasif” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Mahasiswa tidak hanya menyerap informasi dari media sosial, tetapi juga secara aktif membagikan konten yang relevan dengan bidangnya, seperti tips membuat konten, strategi personal branding, dan analisis ringan terhadap komunikasi brand di media sosial. Tindakan ini didorong oleh motivasi untuk berpartisipasi dalam penyebaran pesan positif dan edukatif, serta sebagai bentuk kontribusi dalam ruang digital. Informan memandang

perannya sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi bukan sekadar konsumen informasi, tetapi juga sebagai komunikator yang memiliki tanggung jawab sosial dalam menyebarkan informasi yang membangun. Perilaku ini menunjukkan keterlibatan aktif dan kesadaran reflektif terhadap fungsi media sosial sebagai alat komunikasi strategis dan edukatif.

Kadang kala sebelum membagikan informasi yang di temukan di media sosial, mahasiswa mengecek terlebih dahulu di laman website resmi. Andi Asmira, mengatakan :

"kalau saya pribadi biasanya baru membagikan informasi kalau sudah yakin itu valid. Misalnya ada info beasiswa, saya cek dulu dari websitenya langsung. Baru setelah itu saya share ke story. Soalnya sekarang kan banyak juga info yang belum tentu benar, jadi saya nggak mau asal sebar." (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Mahasiswa menunjukkan adanya sikap kritis dan tanggung jawab dalam menyikapi serta membagikan informasi di media sosial. Informan menyatakan bahwa ia tidak serta-merta menyebarkan informasi yang diterimanya, terutama yang berkaitan dengan hal-hal penting seperti informasi beasiswa. Sebelum membagikannya, terlebih dahulu melakukan verifikasi kebenaran informasi tersebut dengan memeriksa langsung ke sumber resmi, seperti situs web penyedia beasiswa. Hal ini menjadi langkah preventif yang dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang disebarkan benar-benar valid dan dapat dipercaya.

Sebagian mahasiswa membagikan informasi untuk berbagi pengetahuan yang mereka dapat di media sosial ataupun membangun citra diri. Andi Asmira mengatakan :

“alasan saya membagikan informasi di media sosial adalah untuk berbagi pengetahuan dan membangun citra diri. Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi, saya merasa penting untuk menyebarkan informasi yang bermanfaat, terutama terkait isu-isu sosial atau tren media. Di saat yang sama, apa yang saya bagikan juga mencerminkan siapa saya baik secara akademis maupun personal, jadi saya berusaha menjaga citra diri saya sebagai individu yang informatif dan peduli” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam membagikan informasi di media sosial tidak hanya didorong oleh keinginan untuk berbagi pengetahuan, tetapi juga berkaitan erat dengan upaya membangun dan menjaga citra diri. Informan menunjukkan kesadaran akan peran aktifnya sebagai agen informasi yang menyebarkan isu-isu sosial maupun tren media yang relevan. Selain itu, ia menekankan pentingnya selektivitas dalam membagikan konten, karena apa yang dipublikasikan mencerminkan identitas pribadi dan akademisnya. Hal ini menunjukkan bahwa proses penyerapan informasi di media sosial oleh mahasiswa berlangsung secara kritis dan strategis, melibatkan pertimbangan nilai informasi serta dampaknya terhadap citra diri di ranah publik digital.

Ega Amelia Mengatakan :

“saya memilih informasi yang layak dibagikan berdasarkan tiga hal yaitu sumbernya harus kredibel, relevan dengan audiens saya, dan berdampak positif. Saya pastikan informasi tersebut berasal dari media atau pihak yang terpercaya, sesuai dengan minat atau kebutuhan untuk orang lain, dan bisa memberi manfaat, seperti menambah wawasan atau

membangun kesadaran. Saya juga mempertimbangkan cara penyampaian agar mudah dipahami dan menarik” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa menunjukkan perilaku selektif dan strategis dalam proses penyerapan dan penyebaran informasi di media sosial. Informan mengungkapkan bahwa pemilihan informasi yang layak dibagikan didasarkan pada tiga kriteria utama: kredibilitas sumber, relevansi dengan audiens, dan dampak positif yang ditimbulkan. Mahasiswa tersebut memastikan bahwa informasi berasal dari pihak terpercaya, sesuai dengan kebutuhan atau minat audiens, serta mampu memberikan nilai tambah seperti peningkatan wawasan atau kesadaran sosial. Hal ini mencerminkan bahwa penyerapan informasi oleh mahasiswa tidak hanya bersifat pasif, tetapi juga aktif dan penuh pertimbangan etis serta komunikatif.

Instagram menjadi platform yang seringkali digunakan mahasiswa untuk di jadikan tempat untuk berbagi informasi. Ega Amelia mengatakan :

“saya paling sering menggunakan Instagram untuk membagikan kembali informasi yang saya dapatkan di media sosial. Alasannya karena Instagram memiliki banyak fitur yang mendukung, seperti Story, Repost, dan Carousel, yang memudahkan saya menyampaikan informasi secara visual, ringkas, dan menarik. Selain itu, sebagian besar teman dan followers saya juga aktif di Instagram, jadi informasi yang saya bagikan bisa menjangkau lebih banyak orang dan berpotensi menciptakan diskusi atau respon yang lebih besar” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Pemilihan platform media sosial oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam membagikan informasi dipengaruhi oleh efektivitas fitur yang tersedia dan potensi jangkauan audiens. Informan menyatakan bahwa

Instagram menjadi pilihan utama karena menyediakan berbagai fitur yang mendukung penyampaian informasi secara visual, ringkas, dan menarik, seperti Story, Repost, dan Carousel. Selain itu, tingginya aktivitas teman dan followers di platform tersebut dianggap dapat meningkatkan keterjangkauan informasi serta mendorong interaksi berupa diskusi atau tanggapan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam menyerap dan menyebarkan informasi, mahasiswa mempertimbangkan tidak hanya isi informasi, tetapi juga media dan cara penyampaiannya agar lebih optimal dan berdampak.

2. Apa Faktor Penghambat Pencarian Informasi Di Platform Media Sosial?

Dalam Upaya pencarian informasi di media sosial dihadapkan pada berbagai tantangan yang cukup besar. Salah satu hambatan berkaitan dengan evaluasi terhadap sumber informasi sebelum diproses lebih lanjut. Muh Alkautsar mengatakan :

"Kalau buat saya, yang jadi penghambat itu info yang nggak jelas sumbernya. Kadang di medsos banyak akun share info, tapi nggak nyantumin asalnya dari mana. Jadi saya ragu, itu valid atau nggak." (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Hal yang sama juga disampaikan oleh Andi Asmira mengenai hambatan dalam mencari informasi di media sosial.

"hambatan yang biasa saya alami karena informasi di media sosial tersebar di banyak akun dan tidak terorganisir dengan baik. Fitur pencarian yang ada terkadang tidak akurat dalam menampilkan hasil yang relevan. Selain itu, kecepatan update informasi yang sangat tinggi membuat konten lama yang sebenarnya bermanfaat jadi tertumpuk dan sulit ditemukan Kembali" (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Pernyataan diatas mengungkapkan bahwa salah satu hambatan utama dalam penyerapan informasi di media sosial adalah kurangnya kejelasan dan kredibilitas sumber. Meskipun media sosial menyediakan akses cepat dan luas terhadap berbagai informasi, tidak semua konten yang dibagikan mencantumkan asal atau referensi yang dapat dipercaya. Hal ini menyebabkan munculnya keraguan terhadap validitas informasi, terutama ketika menyangkut topik akademik atau isu-isu terkini yang membutuhkan ketepatan dan keabsahan data. Mahasiswa cenderung lebih berhati-hati dalam menerima informasi tanpa sumber yang jelas, karena takut tertipu atau menggunakan data yang tidak akurat.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa di tengah tingginya minat mahasiswa terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sumber belajar, aspek kredibilitas dan transparansi informasi masih menjadi tantangan yang signifikan. Oleh karena itu, penting bagi pengguna maupun pembuat konten edukatif di media sosial untuk mencantumkan sumber yang relevan agar informasi yang disampaikan dapat dipertanggungjawabkan dan dipercaya oleh audiens, khususnya mahasiswa yang membutuhkan informasi akurat untuk mendukung proses belajarnya.

Penggunaan hashtag yang tidak relevan juga menjadi salah satu hambatan dalam mencari informasi di media sosial, Ega Amelia juga mengatakan :

“susahnya kalau cari info di media sosial, soalnya nggak semua orang pakai hashtag yang relevan. Jadi kita harus scroll lama banget buat nemu konten yang sesuai. Itu bikin capek dan buang waktu” (Wawancara, Selasa 17 Juni 2025)

Kesulitan dalam menemukan informasi yang relevan di media sosial sering kali disebabkan oleh penggunaan hashtag yang tidak konsisten atau tidak relevan oleh para pembuat konten. Hal ini mengakibatkan mahasiswa harus menghabiskan waktu lebih lama untuk melakukan pencarian manual, seperti menggulir konten satu per satu, yang pada akhirnya terasa melelahkan dan tidak efisien. Ketika sistem pengelompokan informasi melalui hashtag tidak berjalan optimal, proses pencarian menjadi terhambat, meskipun informasi yang dibutuhkan sebenarnya tersedia di platform tersebut.

Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial memiliki potensi sebagai sumber informasi yang luas, keterbatasan dalam sistem navigasi dan pengelolaan konten dapat menjadi kendala dalam penyerapan informasi secara efektif. Oleh karena itu, penting bagi pembuat konten untuk menggunakan hashtag secara tepat dan relevan, serta bagi platform media sosial untuk terus mengembangkan fitur pencarian yang lebih akurat agar pengalaman pengguna, khususnya mahasiswa yang mencari informasi akademik atau profesional, menjadi lebih efisien dan bermanfaat.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Bagian ini menyajikan pembahasan mendalam mengenai temuan penelitian berjudul “Model Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap Penyerapan Informasi di *Platform* Media Sosial”. Hasil penelitian diperoleh melalui proses wawancara dengan beberapa informan yang mewakili mahasiswa Ilmu Komunikasi. Pembahasan ini bertujuan untuk menggambarkan secara

komprehensif bagaimana mahasiswa mencari, memilih, dan menyerap informasi di media sosial serta faktor-faktor yang memengaruhi perilaku tersebut.

Dalam era digital yang ditandai dengan arus informasi yang sangat cepat, mahasiswa sebagai bagian dari generasi pengguna aktif media sosial memiliki pola perilaku tersendiri dalam mengakses informasi. Penelitian ini mengungkap bahwa perilaku tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan akademik, tetapi juga oleh keinginan memahami isu sosial, mengikuti tren konten kreatif, dan mengembangkan keterampilan komunikasi. maka pembahasan hasil penelitian akan di sajikan sebagai berikut:

1. Perilaku mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar terhadap penyerapan Informasi di media sosial?

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan informan, di temukan berbagai temuan yang memberikan Gambaran menyeluruh mengenai perilaku mahasiswa ilmu komuikasi Fisip Universitas Muhammadiyah Makassar terhadap penyerapan informasi di media sosial.

Temuan-temuan ini kemudian dianalisis menggunakan teori Perilaku Informasi Oleh Wilson yang terdiri dari empat elemen utama yaitu Kebutuhan Informasi, Mencari Informasi, Menggunakan Informasi, Membagikan Informasi.

a. Kebutuhan Informasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan informasi merupakan aspek utama yang mendorong mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Berdasarkan teori perilaku informasi yang dikemukakan oleh T.D. Wilson, kebutuhan informasi muncul ketika individu menyadari adanya ketidaktahuan atau kekosongan informasi yang perlu diisi, baik karena tuntutan eksternal (seperti tugas kuliah) maupun dorongan internal (seperti rasa ingin tahu terhadap suatu isu).

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa perilaku mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam menyerap informasi melalui *platform* media sosial dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu rasa ingin tahu yang tinggi terhadap isu-isu yang sedang hangat diperbincangkan, baik dalam lingkup akademik, sosial, maupun hiburan. Rasa ingin tahu ini menjadi pendorong utama mahasiswa untuk secara aktif mencari dan menyerap informasi terbaru yang dianggap relevan dengan kebutuhan dan minat mereka.

Mahasiswa menunjukkan preferensi yang jelas terhadap penggunaan Instagram dan X (Twitter) sebagai *platform* utama dalam mencari dan menyerap informasi. Instagram dipilih karena kemampuannya menyajikan konten edukatif secara visual melalui fitur seperti infografis dan carousel yang memungkinkan pemahaman informasi berlangsung dengan cepat dan menarik.

Di sisi lain, X digunakan sebagai media yang mampu menyampaikan informasi secara *real-time* dan menyediakan ruang diskusi interaktif yang dinamis, khususnya terkait isu-isu terkini. Kombinasi kedua *platform* ini mencerminkan

model perilaku mahasiswa yang adaptif terhadap format dan kecepatan penyampaian informasi, sekaligus memenuhi kebutuhan mereka akan informasi yang ringkas, relevan, dan mudah dipahami dalam konteks perkembangan komunikasi digital masa kini.

Selain itu, aspek akademik menjadi faktor pendorong penting dalam pola penyerapan informasi mahasiswa. Ketika terdapat istilah atau teori tertentu yang disebutkan dalam perkuliahan, mahasiswa cenderung mencari penjelasan singkat dan praktis melalui media sosial seperti video pendek di TikTok atau infografis di Instagram. Konten-konten ini membantu mahasiswa memahami konsep-konsep secara lebih mudah dan cepat sebelum mereka mendalami sumber akademik yang lebih formal seperti jurnal atau buku teks. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai media bantu yang efektif untuk memfasilitasi proses pembelajaran dengan memberikan akses informasi yang cepat, mudah dipahami, dan praktis.

Selain itu, mahasiswa juga menunjukkan pola pencarian informasi yang beragam namun tetap terfokus pada kebutuhan akademik dan pengembangan diri. Informasi yang paling sering dicari mencakup isu-isu terkini di bidang sosial, politik, dan budaya, konten edukatif yang berkaitan dengan ilmu komunikasi, serta informasi mengenai peluang seperti magang, lomba, dan seminar. Hal ini mengindikasikan kesadaran tinggi mahasiswa akan pentingnya keterkaitan antara isu-isu aktual dengan materi akademik yang mereka pelajari, termasuk teori komunikasi, media digital, dan komunikasi massa.

Perilaku ini sangat relevan jika dikaitkan dengan Teori *Uses and Gratifications* (Blumler, J. G., & Katz 1974) yang menjelaskan bahwa individu merupakan aktor aktif dalam memilih media untuk memenuhi berbagai kebutuhan tertentu. Dalam konteks ini, mahasiswa secara sadar memilih media sosial dan konten tertentu untuk memenuhi kebutuhan informatif, edukatif, serta kebutuhan sosial seperti interaksi dan diskusi. Mereka menggunakan media sosial secara selektif berdasarkan motivasi dan kepentingan pribadi, yang pada akhirnya membentuk pola penyerapan informasi yang sesuai dengan tujuan akademik dan pengembangan diri.

Selain itu, perilaku pemilihan platform media sosial ini juga dapat dijelaskan melalui Teori Media Richness (Daft, R. L., & Lengel 1986). Teori ini menekankan bahwa efektivitas komunikasi tergantung pada kemampuan media dalam menyampaikan pesan secara kaya dan sesuai dengan kompleksitas informasi yang ingin disampaikan. Instagram dengan konten visual yang kaya dan mudah dipahami dipilih untuk menyampaikan informasi yang membutuhkan pemahaman cepat dan menarik secara visual. Sementara itu, X dipilih karena mampu mengakomodasi penyampaian informasi yang bersifat cepat, dinamis, dan interaktif, yang sangat sesuai untuk diskusi dan penyebaran isu-isu terkini. Dengan demikian, mahasiswa Ilmu Komunikasi memanfaatkan keunggulan masing-masing platform media sosial secara optimal sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan informasi yang berbeda.

Kesimpulannya, model perilaku mahasiswa terhadap penyerapan informasi di media sosial menunjukkan adaptasi yang cerdas dan strategis dalam memanfaatkan berbagai platform digital. Mereka tidak hanya mencari informasi secara pasif, tetapi juga secara aktif memilih, menyaring, dan menggunakan media sosial yang paling sesuai dengan kebutuhan dan konteks akademik maupun sosial mereka. Pemahaman terhadap dua teori utama tersebut membantu menjelaskan motivasi di balik perilaku tersebut dan bagaimana media sosial berperan penting dalam proses penyerapan informasi di kalangan mahasiswa.

b. Mencari Informasi

Tahap pencarian informasi merupakan respons terhadap kebutuhan informasi yang telah disadari sebelumnya. Wilson menjelaskan bahwa setelah individu mengenali adanya kebutuhan informasi, mereka akan terdorong untuk mencari informasi melalui saluran atau media yang mereka anggap paling efektif dan efisien.

Dalam konteks ini, perilaku mahasiswa dalam penyerapan informasi di platform media sosial didasarkan pada kebutuhan akan akses informasi yang cepat, mudah, dan relevan dengan konteks akademik maupun sosial mereka. Mahasiswa secara aktif menggunakan media sosial sebagai sarana utama untuk mencari dan memperoleh data atau pengetahuan yang dibutuhkan, khususnya dari berbagai sumber yang tersedia secara online. Kecepatan dan kemudahan akses informasi melalui media sosial menjadi faktor utama yang mendorong

mahasiswa untuk memanfaatkan platform ini secara intensif dalam proses pembelajaran dan pengembangan diri.

Platform Instagram dan TikTok menjadi pilihan dominan karena fitur-fitur yang mendukung penyampaian informasi secara visual dan interaktif. Instagram, misalnya, dianggap efektif untuk memperoleh informasi terkait kegiatan organisasi kampus seperti BEM, HMJ, atau agenda kampus yang biasanya rutin diperbarui di akun resmi mereka. Mahasiswa juga mem-follow akun-akun tersebut untuk mendapatkan update langsung dan akurat mengenai aktivitas akademik dan sosial. TikTok juga banyak digunakan sebagai sumber konten edukatif, terutama berupa video pendek yang menyajikan penjelasan ringkas dan mudah dipahami tentang teori komunikasi, strategi pemasaran digital, public relations, branding, dan tren media sosial terkini. Format konten yang ringkas dan visual ini sangat sesuai dengan preferensi mahasiswa dalam mengakses informasi yang tidak hanya cepat, tetapi juga mudah diserap dan diterapkan.

Mahasiswa juga menunjukkan kecenderungan aktif dalam memanfaatkan media sosial untuk memantau isu-isu aktual, seperti politik, konflik sosial, tren budaya, dan peristiwa nasional. Contohnya, pencarian informasi mengenai Undang-Undang TNI mencerminkan kesadaran kritis mahasiswa dan kemampuan mereka memanfaatkan media sosial sebagai kanal yang responsif dan cepat dalam menyerap perkembangan isu-isu sosial-politik. Tidak hanya sebagai konsumen informasi, mahasiswa juga berperan sebagai penyaring dan

selektor konten edukatif yang sesuai dengan kebutuhan akademik dan profesional mereka.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui Teori *Uses and Gratifications* (Blumler, J. G., & Katz 1974), yang menekankan bahwa pengguna media merupakan aktor aktif yang secara sadar memilih media dan konten berdasarkan kebutuhan spesifik mereka, seperti kebutuhan informasi, edukasi, hiburan, dan interaksi sosial. Dalam konteks ini, mahasiswa Ilmu Komunikasi menggunakan media sosial bukan semata untuk hiburan, melainkan juga sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan informasi dan edukasi yang relevan dengan studi dan pengembangan karier mereka. Media sosial memberikan mereka kemudahan dan *fleksibilitas* untuk mengakses informasi secara cepat dan sesuai dengan motivasi pribadi.

Selain itu, Teori Media Richness (Daft, R. L., & Lengel 1986), juga memberikan kerangka untuk memahami pilihan mahasiswa terhadap platform media sosial tertentu. Teori ini menyatakan bahwa *efektivitas* komunikasi bergantung pada kemampuan media dalam menyampaikan pesan dengan tingkat “kekayaan” (richness) yang sesuai dengan kompleksitas pesan yang ingin disampaikan. Instagram dan TikTok dipilih karena keduanya menawarkan media dengan richness yang tinggi, yakni konten visual yang kaya dan fitur interaktif yang memudahkan pemahaman informasi. Instagram menyediakan infografis dan carousel yang membantu mahasiswa memahami konsep secara cepat, sedangkan TikTok dengan video pendeknya

memungkinkan penyampaian pesan yang dinamis dan mudah diingat. Kedua platform ini juga dilengkapi dengan fitur pencarian dan eksplorasi yang mempermudah mahasiswa menemukan konten yang paling relevan dan terbaru.

Kesimpulannya, perilaku mahasiswa dalam penyerapan informasi di media sosial merupakan cerminan dari adaptasi yang cerdas dan strategis terhadap perkembangan teknologi komunikasi digital. Mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen pasif, melainkan juga aktif memilih, memilah, dan menggunakan media sosial sesuai dengan kebutuhan akademik, sosial, dan profesional mereka. Peran media sosial sebagai sumber pembelajaran alternatif yang cepat, mudah, dan *relevan* menunjukkan transformasi cara mahasiswa mengakses dan memproses informasi di era digital.

c. Menggunakan Informasi

Penggunaan informasi mencakup bagaimana individu memanfaatkan informasi yang diperoleh untuk menyelesaikan masalah, mendukung pengambilan keputusan, atau memperluas pengetahuan. Dalam konteks mahasiswa Ilmu Komunikasi, proses ini berjalan tidak secara instan, tetapi melalui tahapan selektif dan kritis.

Perilaku mahasiswa dalam penggunaan informasi yang diperoleh dari media sosial, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa tidak hanya sebatas mengumpulkan informasi, tetapi juga aktif memahami, mengevaluasi, serta mengintegrasikan informasi tersebut dalam konteks akademik dan sosial

mereka. Informasi yang diperoleh, terutama dari platform populer seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter), sering dijadikan sebagai pemicu awal (*trigger*) untuk menggali lebih dalam isu-isu terkini. Mahasiswa memanfaatkan informasi dari media sosial sebagai titik awal untuk mencari sumber yang lebih kredibel dan resmi sebelum menggunakannya sebagai referensi akademik atau bahan diskusi dalam perkuliahan.

Penggunaan informasi ini menunjukkan kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial secara kritis dan selektif. Mereka tidak langsung menjadikan informasi dari media sosial sebagai sumber utama, melainkan mengkonfirmasi dan menguatkan melalui berita resmi, jurnal, atau sumber terpercaya lainnya. Hal ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya kredibilitas dan validitas informasi dalam konteks akademik. Dengan demikian, media sosial berperan sebagai pintu masuk informasi yang membantu mahasiswa tetap *up-to-date* dengan isu-isu sosial, politik, dan komunikasi digital yang sedang berkembang.

Secara lebih aplikatif, mahasiswa menggunakan informasi yang didapat dari media sosial dalam berbagai aktivitas akademik, seperti diskusi kelas, presentasi, maupun penulisan tugas. Informasi yang bersifat aktual dan viral seringkali digunakan sebagai contoh kasus dalam pembahasan topik-topik perkuliahan, seperti komunikasi krisis, personal branding, maupun strategi konten digital. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengintegrasikan informasi yang mereka peroleh ke dalam kerangka teori

komunikasi yang dipelajari, sehingga proses belajar menjadi lebih dinamis, kontekstual, dan relevan dengan perkembangan dunia komunikasi saat ini.

Lebih jauh, mahasiswa juga memanfaatkan media sosial sebagai sumber pembelajaran mandiri dengan mengikuti akun-akun *edukatif* yang menyediakan konten seperti tips akademik, penjelasan materi kuliah, hingga tutorial penggunaan aplikasi pendukung studi. Konten-konten ini membantu mereka memperdalam pemahaman dan memperkaya referensi belajar di luar jam perkuliahan formal, menunjukkan bahwa media sosial juga berfungsi sebagai sarana pendukung yang efektif dalam proses pendidikan.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui Teori *Uses and Gratifications* (Blumler, J. G., & Katz 1974), Teori ini menyatakan bahwa individu sebagai pengguna media merupakan aktor aktif yang secara sadar memilih dan memanfaatkan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan *spesifik*, termasuk kebutuhan *kognitif*, edukasi, dan informasi. Dalam konteks ini, mahasiswa Ilmu Komunikasi menggunakan media sosial bukan hanya sebagai hiburan, tetapi sebagai alat penting untuk memenuhi kebutuhan belajar dan pemantauan isu sosial-politik yang relevan dengan bidang studi mereka.

Selanjutnya, Teori Kognitif Sosial (Bandura 1986), turut mendukung pemahaman ini. Teori ini menekankan peran observasi, pemodelan, dan integrasi informasi dalam proses belajar individu. Mahasiswa tidak hanya menyerap informasi secara pasif, tetapi juga mengamati, mengevaluasi, dan mengaplikasikan informasi tersebut dalam konteks akademik dan sosial

mereka. Proses pembelajaran melalui media sosial ini memfasilitasi pengembangan pengetahuan serta keterampilan kritis dalam menganalisis dan menerapkan teori komunikasi dalam situasi nyata.

Dengan demikian, perilaku mahasiswa dalam penggunaan informasi dari media sosial menunjukkan proses pembelajaran yang *adaptif*, kritis, dan kontekstual. Mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi awal, sumber edukatif, dan bahan diskusi yang relevan, namun tetap selektif dan kritis terhadap kredibilitas sumber. Hal ini menegaskan pentingnya peran media sosial dalam mendukung proses pembelajaran dan pengembangan intelektual di era digital, khususnya bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang dituntut untuk memahami dinamika media dan komunikasi masa kini.

d. Membagikan Informasi

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar menunjukkan perilaku berbagi informasi yang bersifat kritis, selektif, dan bertanggung jawab. Di tengah arus informasi yang deras di media sosial, mahasiswa tidak serta-merta menyebarkan informasi yang mereka terima, tetapi terlebih dahulu melakukan proses evaluasi yang cermat.

Dalam era digital saat ini, penggunaan media sosial tidak lagi terbatas pada fungsi hiburan atau interaksi sosial semata, melainkan telah berkembang menjadi ruang informasi dan edukasi yang signifikan. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi menunjukkan perilaku yang sangat aktif dan strategis dalam

proses penyerapan serta penyebaran informasi melalui media sosial. Mereka tidak hanya bertindak sebagai konsumen informasi, tetapi juga berperan sebagai *prosumer* (producer-consumer), yaitu individu yang sekaligus mengonsumsi dan memproduksi konten informasi secara sadar dan bertanggung jawab.

Perilaku membagikan informasi menjadi salah satu aspek kunci dalam memahami bagaimana mahasiswa menyerap dan merespons informasi yang diperoleh dari media sosial. Mahasiswa Ilmu Komunikasi, dengan bekal pengetahuan teoritis dan praktis di bidang komunikasi, menunjukkan kecenderungan untuk tidak serta-merta menyebarkan informasi yang mereka temukan. Mereka melakukan proses penyerapan informasi yang aktif dan reflektif, dimulai dari memahami isi konten, memverifikasi kebenarannya, hingga mempertimbangkan dampaknya terhadap citra diri dan audiens digital mereka.

Sebagian besar mahasiswa secara selektif membagikan informasi yang dianggap penting, relevan, dan berdampak positif, terutama yang berkaitan dengan isu sosial, edukasi, pengembangan diri, serta peluang akademik seperti beasiswa, lomba, dan webinar. Dalam praktiknya, informasi dari media sosial digunakan sebagai *trigger* atau pemicu awal untuk mengeksplorasi topik lebih lanjut dari sumber resmi, kemudian disebar ulang melalui platform yang dianggap paling efektif menjangkau audiens, seperti Instagram dan TikTok.

Sikap ini memperlihatkan adanya kesadaran reflektif terhadap fungsi media sosial sebagai alat komunikasi yang strategis dan edukatif. Mahasiswa tidak hanya memperhatikan substansi informasi, tetapi juga memperhitungkan media dan gaya penyampaian. Misalnya, Instagram dipilih karena fitur visual seperti *story*, *carousel*, dan *repost* memudahkan dalam menyampaikan informasi secara ringkas, menarik, dan mudah dipahami. TikTok digunakan untuk menyebarkan insight dalam bentuk video pendek, yang lebih atraktif dan berpotensi viral.

Lebih dari itu, tindakan membagikan informasi juga dihubungkan dengan upaya personal branding, di mana mahasiswa menyadari bahwa apa yang mereka bagikan mencerminkan siapa diri mereka, baik sebagai individu akademis maupun pribadi yang terlibat dalam ruang sosial. Ini terlihat dari pernyataan beberapa mahasiswa yang menekankan pentingnya selektivitas dalam berbagi informasi, agar tidak hanya memberikan manfaat bagi orang lain, tetapi juga memperkuat citra diri sebagai pribadi yang kritis, informatif, dan bertanggung jawab.

Perilaku ini sangat sesuai dengan Teori *Uses and Gratifications* (Wilson 1996), yang menyatakan bahwa pengguna media tidak bersifat pasif, melainkan aktif memilih media dan konten berdasarkan kebutuhan dan tujuan tertentu. Dalam konteks ini, mahasiswa Ilmu Komunikasi menggunakan media sosial secara sadar untuk memenuhi kebutuhan informasi, edukasi, dan aktualisasi diri. Mereka memanfaatkan media sosial untuk mencari,

memverifikasi, membagikan, dan bahkan mendiskusikan informasi yang mereka anggap relevan dan penting bagi diri sendiri maupun lingkungan sosialnya. Proses ini mencerminkan adanya kontrol penuh atas media yang digunakan dan jenis informasi yang diserap maupun disebarkan.

Lebih jauh, perilaku mahasiswa dalam membagikan informasi juga erat kaitannya dengan Teori *Personal Branding* (Montoya, P., & Vandehey 2002), yang menekankan pentingnya penciptaan dan pengelolaan citra diri yang konsisten dan bernilai dalam lingkungan publik. Dalam praktiknya, mahasiswa Ilmu Komunikasi menunjukkan kesadaran tinggi terhadap bagaimana informasi yang mereka bagikan di media sosial akan membentuk persepsi orang lain terhadap diri mereka. Oleh karena itu, mereka berhati-hati dalam memilih konten yang akan dipublikasikan dan berusaha menyelaraskannya dengan identitas akademik serta nilai-nilai pribadi yang ingin mereka tampilkan. Tindakan ini menunjukkan bahwa mereka memahami media sosial sebagai arena komunikasi strategis yang dapat memperkuat reputasi dan kredibilitas personal di mata audiens digital.

Dengan demikian, integrasi dari dua teori ini menunjukkan bahwa perilaku membagikan informasi oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi bukan hanya merupakan kebiasaan spontan, melainkan sebuah proses kognitif dan sosial yang kompleks. Mereka menyerap informasi secara aktif, menilai kredibilitas dan relevansinya, serta membagikannya dengan strategi yang mempertimbangkan tujuan komunikasi, etika, dan personal branding. Media

sosial dalam hal ini bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga menjadi ruang belajar, ruang berekspresi, dan ruang aktualisasi diri yang mempertemukan dimensi akademik, sosial, dan profesional mahasiswa.

2. Apa Faktor Penghambat Pencarian Informasi Di Platform Media Sosial?

Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana perilaku mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar dalam menyerap informasi melalui media sosial serta faktor-faktor yang menghambat efektivitas proses tersebut. Hasil temuan menunjukkan bahwa media sosial memang memberikan kemudahan akses informasi, namun terdapat hambatan signifikan yang memengaruhi optimalisasi penyerapan informasi oleh mahasiswa.

Salah satu hambatan utama adalah minimnya kejelasan dan kredibilitas sumber informasi. Banyak konten yang beredar tidak memiliki referensi resmi atau data pendukung yang valid, sehingga menimbulkan keraguan terhadap keabsahan informasi, terutama yang berkaitan dengan isu akademik, beasiswa, maupun peristiwa aktual. Kondisi ini memengaruhi cara mahasiswa dalam menerima dan memproses informasi yang mereka peroleh dari media sosial.

Meskipun demikian, mahasiswa menunjukkan sikap kritis, selektif, dan hati-hati dalam menanggapi informasi. Mereka melakukan verifikasi melalui berita resmi, jurnal ilmiah, atau situs institusi terpercaya sebelum menggunakan atau menyebarkan informasi tersebut. Sikap ini mencerminkan tingkat literasi informasi yang baik, sejalan dengan teori literasi informasi dan model Perilaku

Informasi (Wilson 1996), yang menekankan pentingnya verifikasi, evaluasi, dan penggunaan informasi secara bertanggung jawab.

Selain itu, Teori *Kredibilitas* (Hovland, Carl I., Irving K. Janis, and Harold H. 1953) mendukung temuan bahwa penerimaan informasi sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap keandalan dan keahlian sumbernya. Hal ini berarti, meskipun akses terhadap informasi sangat terbuka di media sosial, kredibilitas sumber tetap menjadi faktor penentu dalam proses penyerapan dan pemanfaatan informasi oleh mahasiswa.

Hambatan lain yang teridentifikasi adalah kesulitan menemukan informasi relevan akibat penggunaan hashtag yang tidak konsisten. Ketidakteraturan dalam penggunaan hashtag menyebabkan mahasiswa mengalami information overload, yaitu kondisi di mana banyaknya informasi tanpa pengelompokan atau filter yang efektif justru menghambat proses pencarian dan pemahaman informasi. Dengan demikian, meskipun media sosial memiliki potensi sebagai sarana pembelajaran informal, diperlukan perbaikan sistem navigasi dan konsistensi penggunaan hashtag agar informasi akademik dapat diakses secara lebih efektif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perilaku mahasiswa terhadap penyerapan Informasi di media sosial

Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unismuh Makassar terhadap penyerapan informasi di platform media sosial dianalisis menggunakan Teori Model Perilaku Informasi menurut Wilson terdiri dari empat elemen utama yaitu Kebutuhan Informasi, Mencari Informasi, Menggunakan Informasi, Membagikan Informasi.

a. Kebutuhan Informasi

Mahasiswa menunjukkan perilaku penyerap informasi yang aktif dan selektif di media sosial, dipengaruhi oleh rasa ingin tahu yang tinggi terhadap isu akademik, sosial, dan hiburan. Pemilihan platform yang tepat, seperti Instagram untuk konten edukatif visual dan X untuk diskusi real-time, mencerminkan strategi adaptif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pembelajaran praktis serta pengembangan diri

b. Mencari Informasi

Mahasiswa memanfaatkan media sosial secara strategis untuk memperoleh informasi yang cepat, mudah, dan relevan dengan kebutuhan akademik maupun sosial. Pemilihan platform seperti

Instagram dan TikTok mendukung pembelajaran yang visual, interaktif, dan ringkas, sementara kesadaran kritis membantu mereka menyaring konten edukatif guna mendukung pengembangan akademik dan profesional.

c. Menggunakan Informasi

Mahasiswa memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk mengumpulkan informasi, tetapi juga untuk memahami, mengevaluasi, dan mengintegrasikannya secara kritis ke dalam konteks akademik dan sosial. Media sosial berperan sebagai pemicu awal akses isu terkini yang kemudian diverifikasi melalui sumber kredibel, mendukung diskusi, tugas akademik, dan pembelajaran mandiri. Temuan ini menegaskan peran media sosial sebagai sumber pendukung yang efektif dalam pendidikan dan pengembangan wawasan komunikasi digital mahasiswa.

d. Membagikan Informasi

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar menunjukkan perilaku berbagi informasi yang kritis, selektif, dan bertanggung jawab. Sebagai prosumer, mereka tidak hanya menyerap tetapi juga memverifikasi dan menyebarkan informasi secara strategis melalui platform digital untuk mendukung pengembangan akademik, sosial, dan personal branding. Media sosial berperan sebagai ruang pembelajaran, ekspresi, dan aktualisasi diri yang selaras dengan kebutuhan akademik dan profesional di era digital.

Secara keseluruhan, media sosial menjadi sumber utama informasi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, karena kemudahan akses dan fitur yang mendukung pencarian. Mahasiswa menggunakan media sosial secara aktif dan selektif, memverifikasi informasi sebelum digunakan atau dibagikan. Perilaku ini mencerminkan literasi informasi dan etika digital yang baik, menunjukkan adaptasi yang bertanggung jawab terhadap perkembangan teknologi di era digital.

2. Faktor Penghambat Pencarian Informasi Di Platfrom Media Sosial

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar mengalami hambatan dalam menyerap informasi di media sosial akibat kurangnya kejelasan sumber, penggunaan hashtag yang tidak konsisten, dan fenomena information overload. Kondisi ini menghambat proses belajar, sehingga dibutuhkan konten yang kredibel, terstruktur, serta pengelompokan informasi yang lebih baik agar media sosial efektif sebagai sarana pembelajaran digital.

B. Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan dalam penelitian ini, peneliti memberikan sejumlah saran diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unismuh Makassar dalam penyerapan informasi di media sosial serta sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

a. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan terus mengembangkan kemampuan literasi informasi dan digital agar dapat lebih selektif dalam menyerap dan menyebarkan informasi di media sosial. Penting untuk selalu melakukan verifikasi informasi dari sumber terpercaya sebelum menggunakannya, guna menghindari penyebaran berita palsu atau hoaks.

b. Bagi Pihak Akademik

Dosen dan pihak kampus disarankan untuk mengintegrasikan materi literasi digital dan etika komunikasi dalam kurikulum, sehingga mahasiswa lebih siap dan kritis dalam menghadapi arus informasi di media sosial. Selain itu, kampus dapat menyediakan pelatihan atau workshop yang membantu mahasiswa meningkatkan kemampuan evaluasi informasi.

c. Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian lanjutan dapat memperluas fokus dengan meneliti perilaku mahasiswa dari berbagai jurusan atau perguruan tinggi lain untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian tentang pengaruh faktor psikologis dan sosial dalam proses penyerapan informasi di media sosial juga dapat menjadi kajian yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Vol. 11. edited by P. Rapanna. Makasar: CV. Syakir Media Press.
- Al-ma'arif, Mochammad Ihsan, Moch. Fakhruroji, and Uwes Fathoni. 2020. "PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK UNTUK BERITA ONLINE (Studi Kasus Akun Tiktok @Suaradotcom)." *ANNABA : Jurnal Ilmu Jurnalistik* 6(4):443–60.
- Alamsyah, Ilham Lucky, Nur Aulya, and Siti Handayani Satriya. 2024. "Transformasi Media Dan Dinamika Komunikasi Dalam Era Digital : Tantangan Dan Peluang Ilmu Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Research Student* 1(3):168–81.
- Alhazami, Lutfi, and Eriklex Donald. 2025. "Fenomena Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Keputusan Pembelian Saham Di Mahasiswa Universitas Dian Nusantara." *Journal of Innovation Research and Knowledge* 4(9):6837–45.
- Amri, Yusni Khairul, and Dian Marisha Putri. 2021. *Psikolinguistik Pengaruh Budaya Pada Perilaku Berbahasa*. Medan: UMSU PRESS.
- Bandura, A. 1986. *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice-Hall.
- Blumler, J. G., & Katz, E. 1974. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Jambi: Sage Publications.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. 1986. *Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design*.
- Dalimunthe, Maulana Andinata, Aqilah Anisah Parkha Siregar, and Siti Annisa Marsanda. 2024. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Pola Komunikasi Mahasiswa: Studi Kasus Di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Sumatera Utara." *Ahkam: Jurnal Hukum Islam Dan Humaniora* 3(1):77–85. doi: 10.58578/ahkam.v3i1.2504.
- Darmayanti, Reni, Endang Rahmawati, Ishanan Ishanan, Nurliya Ni'matul Rohmah, Sukarta Sukarta, and Suhadah Suhadah. 2024. "Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Literasi Digital Di Kalangan Mahasiswa." *Seminar Nasional Paedagoria* 4(1):340–49.
- Djollong, Andi Fitriani, Andi Abd. Muis, Supadmi, Siti Nurislamiah, Andi Eliyah Humairah, Ishak Sanjata., Lina Novita, Ariesta Setyawati, Tugiman, Amat Basri, Fuvita, and Abdul Walid. 2023. *Pendidikan Era Digital*. edited by L. Maryani, M. M. Swara, M. Sari, and A. Kurniawan. Makasar: Mitra Ilmu Kantor.
- Halik A. 2021. "Layanan Bimbingan Literasi Media Upaya Meningkatkan

- Berpikir Kritis Mahasiswa.” *Jurnal Eduscience* 8(1):1–11.
- Hapsah, Romlah Harniati, Fatimah Az Zahrah, and Muhammad Yasin. 2024. “Dinamika Interaksi Manusia, Masyarakat, Dan Budaya Dalam Era Globalisasi Dan Modernisasi.” *Jurnal Ilmu Pendidikan & Sosial (Sinova)* 2(2):191–202.
- Hovland, Carl I., Irving K. Janis, and Harold H., Kelley. 1953. *Communication and Persuasion*. New Haven: CT: Yale University Press.
- Kalista, Amanda, Annora Badriyah, and Nabila Zhoulva Salim. 2024. “Perilaku Pengguna Media Sosial (Generasi Z) Pada Mahasiswa Surabaya Terhadap Berita Ringkas Pemilihan Umum 2024 Ditinjau Dari Perspektif Teori Atribusi.” *Jurnal Kewarganegaraan* 8(2):1387–94.
- Laura, Kezia, Felix Vincent Lee, Edwin Pranoto, Kelvin Gunawan, Kevin Lim, Cindy Fransisca, and Nathania Christine. 2024. “Dampak Perkembangan Teknologi Terhadap Manajemen Sumber Daya Manusia.” *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2(2):31–34.
- Makhmudah, Siti. 2019. *Medsos Dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*. Bogor: Guepedia.
- Maruhawa, Illiyyin Hanifah. 2023. “Perilaku Informasi Mahasiswa UIN Sumatera Utara Dalam Penerimaan Informasi Di Media Sosial.” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Milandy, Mohamad Jovan. 2022. “Analisis Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan IlmuPolitik).” Universitas Nasional.
- Montoya, P., & Vandehey, T. 2002. *The Brand Called You: The Ultimate Brand-Building and Business Development Handbook to Transform Anyone into an Indispensable Personal Brand*.
- Nafsiah, Siti Nurhayati, Citra Indah Merina, Muhammad Titan Terzaghi, MukronronI, and Irwan Septayudha. 2024. “PENINGKATAN PEMAHAMAN MEDIA: STRATEGI CERDAS SISWA SMA DALAM MENYIKAPI INFORMASI PALSU (HOAX) MELALUI MEDIA SOSIAL.” *JPM: Jurnal Pengabdian Mandiri* 3(1):47–54.
- Prayitno, Darryl Edra. 2024. “Analisis Penyebaran Berita Hoax Melalui Media Sosial TikTok.” *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 3(8):30–37.
- Rahma, Ayu Azizah Raodhatur, Hilma Ardianti, and Khaliq Firman. 2024. “PERAN MEDIA SOSIAL DALAM DINAMIKA SOSIAL MASYARAKAT KONTEMPORER.” *Jurnal Komunikasi Digital Dan Penyiaran Islam* 1(2):37–48.
- Rahmi, Vera. 2023. “ANALISIS PEMAHAMAN INFORMASI HOAX MELALUI MEDIA SOSIAL WhatsApp (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ilmu

Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh) SKRIPSI.” Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Rambe, Sapriadi, Masitoh Br Simbolon, Rahmatan Lil alamin Hasibuan, Nurfatin Safika, and Irma Yusriani Simamora. 2024. “Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial.” *Cognoscere: Jurnal Komunikasi Dan Media Pendidikan* 8(1):21–29. doi: 10.61292/cognoscere.v1i2.71.

Ramdani, Riska, and Annisa Sidqi. 2025. “Pengaruh Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Mahasiswa.” *Communication Lens* 5(1):67–75.

Raya, Felisitas Brigida. 2024. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebarluasan Informasi Lelang.” *Kementrian Keuangan Republik Indonesia*.

Riyadi, Fadilla Yosa. 2024. “Fenomena Fear Of Missing Out Di Kalangan Gen Z (Analisis Deskriptif Mahasiswa Himakom Universitas Muhammadiyah Malang Pada Penggunaan Media Sosial).” Universitas Muhammadiyah Malang.

Riyanto, Andi Dwi. 2024. “Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024.” *Andi.Link*.

Rosalina, Indah Fajar, Noor Afy Shovmayanti, Ayoedia Gita Citrayomie, Mad Yoman, Rr. Nadhira Harsari, Fatimah, Leli Deswindi, Sandy Gunarso, Rudy Dwi Laksono, Finasim, Mars, Nova Riana, Ilham Ibrahim Abdillah, Asep Sutresna, Olla Agustia Leriani, and Ramadiana. 2024. *Buku Ajar Psikologis Komunikasi*. edited by Sepriyono. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Rosmiati, Ermi, Prisca Diantara Sampe, Tito Pangesti Adji, Naela Khusna Faela Shufa, Nasir Haya, Isnaini, Frankie Jantje Hendrikus Taroreh, Veronica Yonita Wongkar, Ignatia Rosali Honandar, Ronaldo Ferdy Ignatius Rottie, and Moh. Safii. 2023. *Metode Penelitian Kualitatif*. edited by M. G. Indrawan. Padang: CV Gita Lentera.

Sahir, Syafrida Hafni. 2021. *Metodologi Penelitian*. edited by T. Koryati. Yogyakarta: KBM INDONESIA.

Salmaa. 2022. “Pengertian, Isi, Dan Contoh Fokus Penelitian.”

Sampurna, Ahmad, Farhan Indra, and Arya Fandhy. 2024. “Media Baru: Tren Berita Provokatif Ditinjau Dari Etika Komunikasi.” *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)* 8(1):207–16. doi: 10.25139/jsk.v8i1.7610.

Sungadji, Etta Mamang, and Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Suryani, N. Lilis. 2019. “Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta.”

JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia) 2(3):422. doi: 10.32493/jjsdm.v2i3.3017.

Susanti, Mimah. 2024. "Penguatan Literasi Media Digital Dalam Melawan Penyebaran Berita Hoax Terhadap Anak Dan Remaja." *Indonesian Journal of Multidiciplinary Expertise (IJME): Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2(2):3025–1583.

Syahrizal, Hasan, and M. Syahrani Jailani. 2023. "Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif." *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 1(1):18. doi: 10.61104/jq.v1i1.49.

Wilson. 1996. "The Study Used the Model of Information Behavior by Wilson." *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(2):129–46. doi: 10.15575/cjik.v4i2.9215.

Woy, Cindy Megan, Max Rembang, and Reiner R. Onsu. 2019. "Analysis of Student Attitudes of Communication Science Journalistic Concentration Fispol Unsrat Against News Content Anonymous Accounts of Life of Artists on Instagram." *Acta Diurna Komunikasi* 8(2):1–11.

Yuadi, Imam. 2023. *Informetika*. Magetan: CV. AE MEDIA GRAFIKA.



LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian. Wawancara dalam ini dilakukan oleh dua orang atau lebih di dalam mencari sebuah informasi penting yang ingin di dapatkan.

1. Perilaku mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar terhadap penyerapan Informasi di media sosial

- a. Platform media sosial apa yang paling sering Anda gunakan untuk mencari informasi? Mengapa memilih platform tersebut?
- b. Apa saja jenis informasi yang paling sering Anda cari di media sosial? Mengapa informasi tersebut penting bagi Anda?
- c. Apa yang biasanya mendorong Anda untuk mencari informasi di media sosial (misalnya rasa ingin tahu, tugas kuliah, mengikuti tren, dll)?
- d. Apakah Anda merasa media sosial efektif dalam membantu Anda memahami isu-isu komunikasi atau tren media terkini?
- e. Setelah memperoleh informasi dari media sosial, bagaimana Anda biasanya menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari atau aktivitas akademik?
- f. Apakah informasi yang Anda peroleh dari media sosial pernah Anda gunakan sebagai referensi dalam tugas kuliah atau diskusi kelas? Bisa berikan contohnya?
- g. Apakah Anda sering membagikan kembali informasi yang Anda dapatkan dari media sosial? Jenis informasi seperti apa yang biasanya Anda bagikan?
- h. Bagaimana Anda memilih informasi mana yang layak untuk dibagikan kepada orang lain?
- i. Platform media sosial mana yang paling sering Anda gunakan untuk membagikan informasi? Mengapa memilih platform tersebut ?

2. Apa Faktor Penghambat Pencarian Informasi Di Platfrom Media Sosial

- a. Apa saja faktor yang menghambat efektivitas penyerapan informasi mahasiswa melalui media sosial?
- b. Meskipun informasi tersedia, mengapa proses pencarian tetap terhambat di media sosial?



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 6744/05/C.4-VIII/IV/1446/2025

17 April 2025 M

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

19 Syawal 1446

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Makassar

di -

Makassar

السلامة عليكم ورحمة الله وبركاته

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 0383/FSP/A.1-VIII/IV/1446 H/2025 M tanggal 17 April 2025, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : BUDI KURNIAWAN

No. Stambuk : 10565 1104321

Fakultas : Fakultas Sosial dan Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

**"ANALISIS PERILAKU MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI TERHADAP
PENYERAPAN INFORMASI DI PLATFORM MEDIA SOSIAL"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 21 April 2025 s/d 21 Juni 2025.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

السلامة عليكم ورحمة الله وبركاته

Ketua LP3M,

Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd.
NBM 1127761



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Budi Kurniawan

Nim : 105651104321

Program Studi : Ilmu KomunikaSi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	4%	10 %
2	Bab 2	19%	25 %
3	Bab 3	10%	15 %
4	Bab 4	10%	10 %
5	Bab 5	3%	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan
Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperlunya.

Makassar, 27 Agustus 2025

Mengetahui,

Kepala UPT-Perpustakaan dan Penerbitan,


Nursyah, S.Num.,M.I.P
NBM. 964 591

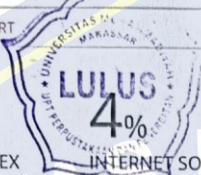
Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

Budi kurniawan 105651104321 BAB I

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX



INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

docplayer.info

Internet Source

2%

2

repositori.usu.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On

Budi kurniawan 105651104321 BAB II

ORIGINALITY REPORT



Exclude quotes ☐ On
Exclude bibliography ☐ On

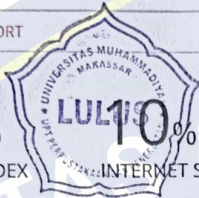
Exclude matches ☐ < 2%

Budi kurniawan 105651104321 BAB III

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX



10%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

2%

★ jim.unisma.ac.id

Internet Source

Exclude quotes

On

Exclude bibliography

On

Exclude matches

< 2%

Budi kurniawan 105651104321 BAB IV

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS



PRIMARY SOURCES

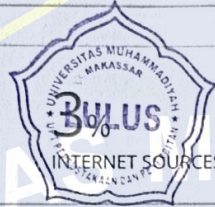
1	fisip.unismuh.ac.id Internet Source	4%
2	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	2%
3	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%
4	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1%
5	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1%
6	123dok.com Internet Source	<1%
7	Submitted to unimal Student Paper	<1%
8	ubl.ac.id Internet Source	<1%
9	Harisman Harisman, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas. "ELECTION	<1%

Budi kurniawan 105651104321 BAB V

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX



1%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

journal.stmiki.ac.id
Internet Source

1%

2

www.coursehero.com
Internet Source

1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off



DOKUMENTASI WAWANCARA

Gambar 5.1 Wawancara Andi Asmira

Gambar 5.2 Wawancara Muh Alkautsar

Gambar 5.3 Wawancara Ega Amelia



RIWAYAT HIDUP



Budi Kurniawan, lahir di Makassar 8 april 2003, anak Tunggal dari pasangan suami istri Bapak Abu bakar dan Ibu Hasnawati penulis menempuh pendidikan mulai dari TK AT-Thayyibah, melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar (SD) Madrasah Ibtidaiyah Negeri 2 Makassar pada Tahun 2009 dan tamat pada Tahun 2015, kemudian penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama (SMP) di SMP Negeri 25 makassar pada Tahun 2015 dan selesai Tahun 2018, penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di SMK Darussalam Makassar dan tamat di Tahun 2021, di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik dengan Jurusan Ilmu Komunikasi.

Selain fokus pada akademik, penulis juga aktif dalam kegiatan organisasi yaitu Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi (HUMANIKOM) FISIP UNISMUH Makassar dan pernah menjabat sebagai Sekretaris Bidang Jurnalistik Humanikom Periode 2024-2025 yang memberikan pengalaman berharga dalam kepemimpinan, kerja sama, dan pengabdian. Pengalaman tersebut menjadi pelengkap dalam membentuk kepribadian serta menambah wawasan di luar bangku kuliah. Skripsi berjudul “Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Penyerapan Informasi Di *Platform* Media Sosial” merupakan salah satu hasil karya yang disusun dengan penuh kesungguhan, bukan hanya sebagai syarat memperoleh gelar sarjana, tetapi juga sebagai upaya memberikan sumbangsih dalam bidang komunikasi *digital*.