

# ANALISIS KONTEN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* **@buddhidharma** DALAM MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA MAHASISWA

<sup>1</sup>Dessy Paago <sup>2</sup>Galuh Kusuma Hapsari

<sup>1</sup>Universitas Buddhi Dharma <sup>1</sup> Universitas Buddhi Dharma  
Jl, Imam Bonjol, Karawaci Ilir, Tangerang  
<sup>1</sup>dessypaago12@gmail.com <sup>2</sup>galuhilkomubd@gmail.com

---

Kata Kunci:  
*Content Analysis*  
*New Media*  
*Social Media*  
*Instagram*  
*Information*

*Article history:*  
*Received:*  
11 February 2026  
*Accepted:*  
20 March 2026  
*Available online:*  
12 June 2026

## ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu aplikasi yang paling populer di kalangan masyarakat. Selain itu, media sosial Instagram juga digunakan untuk menyebarkan informasi, seperti yang dilakukan oleh Universitas Buddhi Dharma, yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk memberikan informasi kepada mahasiswa. Inisiatif Buddhi Dharma menggunakan media sosial Instagram karena dianggap mampu menyampaikan informasi kepada mahasiswa dengan cepat. Informasi yang disampaikan melalui media sosial Instagram kepada mahasiswa juga mendapat tanggapan positif, yang biasanya disampaikan melalui kolom komentar atau DM (pesan langsung). Penelitian ini membahas analisis konten media sosial Instagram @buddhidharma dalam memberikan informasi kepada mahasiswa sehingga mahasiswa dapat mengetahui informasi terbaru mengenai kegiatan kampus. Teori yang digunakan adalah Teori Media Baru, Media Sosial, dan Teori Kepuasan Penggunaan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi literatur. Subjek penelitian ini adalah tiga orang yang merupakan pegawai Biro Desain Kreatif di Universitas Buddhi Dharma. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan oleh akun @buddhidharma dapat membantu mahasiswa mendapatkan informasi di bidang akademik dan non-akademik. Dengan adanya Instagram @buddhidharma, mahasiswa dapat menerima informasi yang telah dipastikan valid karena informasi yang diberikan diperoleh langsung dari dekan Universitas Buddhi Dharma.

## ABSTRACT

*Instagram is one of the most popular applications by the community, in addition to that Instagram social media is also used to spread information this has been done by Buddhi Dharma University, where they use Instagram social media to provide information to students, the Buddhi Dharma Initiative uses Instagram social media because it is considered able to provide information to students quickly, information provided through Instagram social media to students also has a positive response, the response is usually through the comment column or DM (direct message) This research discusses the analysis of Instagram social media content @buddhidharma in providing information to students so that students can find out updates on information about campus activities. The theory used is New Media, Social Media and Uses Gratification Theory This research uses a qualitative descriptive research method with data collection techniques by interviews, observations, and literature studies. The subjects of this study are three people who are employees of the Creative Design Bureau in the creative bureau of Buddhi Dharma University. The results of this study show that the content presented by @buddhidharma accounts can help students to get information in the academic and non-academic fields with the existence of Instagram @buddhidharma students can receive information that has been confirmed to be valid because the information provided is obtained directly from the dean of Buddhi Dharma University.*

---

## I. PENDAHULUAN

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu "*Communis*" yang memiliki arti membuat atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Dengan kata lain komunikasi memiliki arti proses menyampaikan pesan sehingga dapat dipahami oleh pengirim dan penerima pesan. Tujuan komunikasi sendiri adalah untuk mencapai pemahaman yang sama antara penerima dan pengirim

pesan. Dari pemahaman tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses pengiriman dan penerimaan informasi dengan tujuan memiliki pemahaman yang sama antara kedua belah pihak, yaitu pengirim dan penerima informasi. Agar komunikasi dapat dipahami oleh kedua belah pihak maka komunikasi harus dilakukan melalui ucapan dan kata-kata sehingga lebih mudah dimengerti, selain itu komunikasi juga dapat dilakukan dengan gerakan tubuh atau bahasa tubuh. Komunikasi merupakan proses dimana seseorang atau kelompok menggunakan informasi yang didapatkan dari berkomunikasi untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitar.

Komunikasi dapat dilakukan jika dua orang atau kelompok berinteraksi secara langsung dalam menyampaikan pesan. Perkembangan informasi dan komunikasi pada era ini terbilang cukup cepat karena berkembangnya teknologi informasi yang berhubungan antara satu sama lain. Manfaat yang dapat dilihat dari berkembangnya teknologi yaitu mudahnya mendapatkan informasi dengan bantuan media online (Setiawan, 2018:68). Sejak dilahirkan manusia sudah berkomunikasi. Komunikasi bersifat interpersonal, baik individu maupun kelompok. Komunikasi juga memegang peranan penting di dalam kehidupan sosial dan kehidupan bermasyarakat. Komunikasi selalu digunakan sepanjang waktu dan memegang peranan penting dalam beberapa aspek kehidupan manusia karena dengan adanya komunikasi manusia dapat bersosialisasi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ditandai dengan hadirnya sistem online yang membuat masyarakat tidak perlu takut untuk komunikasi karena keterbatasan ruang, jarak dan waktu. Hubungan yang dibangun oleh masyarakat pun menjadi lebih sederhana dengan adanya new media (media baru) sebagai sarana untuk membantu keterbatasan komunikasi tatap muka. Bahkan komunikasi secara tatap muka saat ini tidak terlalu berpengaruh, karena new media bisa membantu penggunanya untuk bertatap muka secara langsung walaupun dipisahkan oleh ruang, jarak dan waktu. Media sosial merupakan salah satu bukti dari hadirnya *new media* (media baru) yang memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dan menyampaikan informasi dengan mudah tanpa adanya kendala jarak dan juga dapat membantu setiap orang untuk mengeksplorasi minat-minat baru yang ditemukan di internet. Pengaruh media sosial pada masyarakat dinilai cukup besar karena dengan adanya media sosial segala bentuk komunikasi dapat dilakukan dengan mudah hal tersebut dapat membantu masyarakat untuk membangun hubungan secara online.

Media Sosial memiliki dampak yang cukup besar bagi masyarakat karena dengan adanya media sosial dapat mengubah cara berkomunikasi dan bersosialisasi seseorang dengan memberikan kesempatan pada masyarakat untuk menuangkan pendapatnya dan eksistensinya Media sosial merupakan sarana komunikasi untuk individual yang digunakan untuk menuangkan opini pribadinya, seperti opini tentang sosial, ekonomi, politik, dan lain lain, hal tersebut dibagikan di media sosial sehingga para pengguna lain bisa memberikan tanggapannya sehingga terjadinya interaksi satu sama lain.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling digemari oleh masyarakat karena instagram merupakan media sosial yang diperuntukan sebagai media sosial pribadi yang digunakan untuk berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya, untuk sharing foto maupun video sebagai eksistensi diri, biasanya unggahan foto maupun video dilengkapi dengan caption dan hastag. Caption merupakan informasi yang ditulis untuk keterangan foto dan *hastag* adalah penggolongan tema atau topik. Instagram juga dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk menyebarkan informasi dan pesan sehingga masyarakat dapat mengetahui informasi yang beredar, selain itu Instagram dapat dimanfaatkan sebagai opini publik terhadap isu-isu yang sedang terjadi.

Saat ini Instagram bukan hanya diperlukan untuk eksistensi saja tetapi bisa digunakan sebagai sarana dalam penyebaran informasi untuk kebutuhan informasi kepada masyarakat umum, bukan hanya masyarakat saja yang memerlukan informasi tetapi mahasiswa juga memerlukan informasi tentang lingkungan atau kegiatan kampus. Kebutuhan informasi bagi mahasiswa merupakan kebutuhan utama yang harus dipenuhi dan hak setiap mahasiswa pada proses pembelajaran. Kebutuhan informasi dapat bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan. Merujuk pada pembahasan yang telah dijabarkan diatas, membuat penulis tertarik untuk menganalisis akun media sosial Instagram @buddhidharma yang dimanfaatkan menjadi salah satu media yang efektif untuk membantu mahasiswa dalam mendapatkan informasi akademik dan non-akademik.

## II.METODE PENELITIAN

Tahap awal dalam melakukan penelitian penulis harus mengikuti peraturan atau kaidah yang berlaku, agar hasil dari penelitian yang dikerjakan dapat dikatakan valid. Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan atau kegunaan tertentu. Cara ilmiah merupakan kegiatan penelitian yang bersandar pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, sistematis dan empiris. Selain itu metode penelitian merupakan cara yang dilakukan secara ilmiah untuk mendapatkan data sehingga dapat di deskripsikan, dibuktikan, dikembangkan pengetahuan teori untuk memahami dan mengantisipasi masalah dalam kehidupan Masyarakat. selain itu metode penelitian merupakan tahap awal sebelum memulai rancangan penelitian yang akan dilakukan. Rancangan harus digunakan untuk mendapatkan hasil terhadap penelitian yang dirumuskan.

Pada penelitian ini fokus pada motif penggunaan media sosial Instagram, sehingga memerlukan observasi yang dilakukan pada subjek yang menjadi bagian penerapan penelitian kualitatif. Observasi yang peneliti lakukan pada Instagram seperti melihat manfaat media sosial Instagram dalam memberikan informasi dengan menyajikan foto, video dengan caption untuk melengkapi pernyataan. Maka dari itu penelitian kualitatif membantu penulis untuk analisis konten sosial media Instagram @buddhidharma dalam memberikan informasi kepada mahasiswa

Subjek penelitian merupakan sumber yang dapat membantu memberikan informasi atau data kepada penelitian dengan cara diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui interaksi di lokasi dengan subjek penelitian. Subjek penelitian dapat didapatkan melalui dua sumber, yaitu manusia dan lokasi. Subjek penelitian merupakan salah satu hal yang penting karena subjek penelitian menjadi sumber data untuk diminta informasi dan keterangan sesuai dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, subjek penelitian yaitu, Rio Permana, S.Kom sebagai kepala Biro Digital Creative, Alvin Rahayu, S.Kom sebagai kepala bagian Digital Marketing, dan Daniel Yesaya, S.I.Kom kepala bagian Sosial Media.

Objek penelitian juga merupakan sarana ilmiah yang dapat menghasilkan data yang valid dan dapat menemukan suatu solid dari permasalahan yang ada. Pada penelitian ini objek penelitian yang penulis pilih yaitu akun Instagram Universitas Buddhi Dharma @buddhidharma, penulis memilih akun Instagram @buddhidharma sebagai objek penelitian karena akun instagram tersebut memuat banyak informasi akademik maupun non akademik yang dibutuhkan oleh mahasiswa Universitas Buddhi Dharma.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menganalisa hubungan dari variabel penelitian dan hipotesis yang harus dibuktikan dan juga dapat menyimpulkan data secara rinci. Hal tersebut terjadi karena pendekatan kualitatif berasumsi bahwa manusia memiliki sifat yang dinamis, aktif, kreatif, dan bebas. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif maka dapat memperoleh data atau informasi yang lengkap tentang subjek penelitian, baik yang bisa diamati atau tidak dapat diamati.

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian yaitu, wawancara Dalam penelitian ini, metode pertama yang penulis gunakan untuk pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam. wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk saling bertukar informasi dan ide sehingga hasilnya akan mendapatkan makna dari topik tertentu, Metode wawancara digunakan karena merupakan salah satu teknik dari pengumpulan data jika penulis ingin mencari akar permasalahan yang ingin diteliti dan ingin mengetahui informasi secara mendalam, lalu ada Observasi Setelah melakukan wawancara yang merupakan metode utama dalam pengumpulan data, selanjutnya penulis melakukan observasi.

Observasi merupakan proses untuk melihat secara langsung di lapangan untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, dan responden. Observasi bertujuan untuk mengamati objek dan subjek penelitian sehingga penulis memahami kondisi di lapangan yang sebenarnya, dan yang terakhir Dokumentasi, pada penelitian ini dokumentasi diperlukan untuk memperoleh data dan informasi yang diperoleh dari buku, arsip, dokumen, angka dan gambar yang menjadi keterangan untuk membantu mendukung penelitian.

### III. HASIL PENELITIAN

Pada awalnya untuk memberikan informasi Universitas Buddhi Dharma menggunakan media sosial *Facebook* yang dibuat pada November 2014, namun dengan seiringnya perkembangan zaman banyak masyarakat yang beralih ke media sosial Instagram karena dinilai lebih hits. Maka dari itu pihak Biro Digital Creative mulai menambah akun media sosial lainnya, yaitu Instagram. Akun Instagram @buddhidharma dibuat sejak Desember 2014 dan dikelola oleh Biro *Digital Creative* Instagram @buddhidharma di-follow oleh banyak orang. Maka itu Biro *Digital Creative* selalu konsisten dalam membuat konten, biasanya dalam satu hari harus ada minimal satu konten yang di-upload di Instagram. Konten yang di-upload di media sosial biasanya berkaitan dengan prestasi mahasiswa dan dosen Universitas Buddhi Dharma, kegiatan kampus, promosi kampus dan informasi mengenai perkuliahan yang ditunjukkan untuk mahasiswa.

Sebenarnya akun media sosial Universitas Buddhi Dharma bukan hanya Instagram saja tetapi juga ada Tiktok. Dalam pembuatan konten Biro *Digital Creative* lebih terfokus kepada Instagram dibandingkan Tiktok karena menurut mereka lebih banyak mahasiswa yang menggunakan Instagram dibandingkan Tiktok. Hal tersebut dapat diketahui karena Biro *Digital Creative* membuat uji coba dengan membuat satu konten informasi dan di upload hanya di Tiktok hasilnya hanya sebagian mahasiswa yang mengetahui informasi tersebut dibandingkan jika di-upload di Instagram. Selain itu lebih memilih media sosial Instagram untuk memberikan informasi kepada mahasiswa karena banyak anak muda yang cenderung menggunakan media sosial Instagram dibandingkan media sosial lainnya.

Dalam menyampaikan informasi Instagram @buddhidharma, Biro Digital Creative memiliki *target audience* lain dengan tujuan agar Universitas Buddhi Dharma dapat lebih dikenal oleh banyak orang, dan untuk mendapatkan *target audience* lain biasanya didapatkan melalui seminar yang terbuka untuk umum sehingga jangkuan *target audience* lebih luas. Tetapi yang menjadi target utama tetaplah mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. Dalam menyampaikan informasi kepada mahasiswa instagram @buddhidharma biasanya memiliki konten yang menarik sehingga mahasiswa lebih tertarik. Biasanya konten yang disampaikan pasti ada konten promosi biasanya berisi tentang promosi pendaftaran mahasiswa baru, konten *engagement* tentang kuis-kuis untuk menambah pengetahuan dan konten informasi yang berisi tentang informasi kegiatan akademik maupun non akademik Universitas Buddhi Dharma.

Dalam penyampaian pesan informasi selalu ada *feedback* jika target menerima pesan informasi dengan baik, biro kreatif sendiri dapat mengetahui pesan informasi diterima dengan baik oleh mahasiswa karena dengan adanya komentar di akun Instagram @buddhidharma dan juga ada beberapa mahasiswa yang merespon langsung melalui *direct message* untuk menanyakan informasi yang disampaikan oleh Instagram @buddhidharma.

Dengan adanya media sosial Instagram @buddhidharma yang membantu menyebarkan informasi kepada mahasiswa, karena mahasiswa berhak atas informasi yang berkaitan dengan Universitas Buddhi Dharma, hal tersebut dilakukan agar mahasiswa dapat menerima Informasi secara valid sehingga terhindar dari informasi yang bersifat hoaks.

Konsep yang digunakan oleh Instagram @buddhidharma dalam menyebarkan informasi kepada mahasiswa adalah dengan membuat konten yang terbaru dan menarik setiap harinya dan penyebarannya menggunakan media sosial.

#### IV. SIMPULAN

Menurut data Biro Digital Creative , media sosial Instagram sangat berpengaruh dalam penyebaran informasi kepada mahasiswa. Berdasarkan dari teori *uses and gratification* bahwa Instagram merupakan media yang digunakan oleh mahasiswa untuk mendapatkan informasi dan mahasiswa merasa puas jika kebutuhan informasinya dapat terpenuhi. Dalam penyebaran informasi Instagram menggunakan foto, video dan *caption* yang menarik sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Dengan adanya konten akademik maupun non-akademik dari Universitas Buddhi Dharma hal tersebut membantu mahasiswa untuk mendapatkan informasi seputar kampus dan informasi universal yang bersifat pengetahuan. Sehingga konten yang dihasilkan pada Instagram @buddhidharma dinilai cukup informatif dan bermanfaat.

Dalam penyampaian informasi kepada mahasiswa, Biro *Digital Creative* upload konten di akun Instagram @buddhidharma. Jika informasi telah diterima dengan baik oleh mahasiswa maka dapat dilihat dari *feedback*. Biasanya ada beberapa komentar mahasiswa yang merespon langsung atau melalui DM (*direct message*).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agus Suparno, Basuki dkk. 2016. *Media Komunikasi: Representasi Budaya dan Kekuasaan*. Jawa Tengah: UNS Press.
- Baran, Stanley J. , Dennis K. Davis. 2018. *Teori Komunikasi Massa* . Jakarta: Salemba Humanika
- Ido Prijana Hadi dkk. 2021. *Komunikasi Massa*. Pasuruan: CV.Penerbit Qiara
- Nawiroh Vera. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Razali, Geofakta dkk. 2022. *Ilmu Komunikasi dan Informasi & Transaksi Elektronik*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia
- Sugito dkk. 2020. *Media Sosial: Inovasi Pada Produk & Perkembangan*. Deli Serdang: Medan Area Press.
- Yulistiyono, Agus . 2021. *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: Penerbit Insania

