

52881ff87987576e_Artikel Ridho

By By Turnitin

WORD COUNT

3346

TIME SUBMITTED

13-MAY-2026 08:07PM

PAPER ID

121584710

Ridho, Alexandra, Riska, Robiah, Yunita, Astika, Bangga:
Analysis of Information Needs and Students Content Preferences on Social Media ...

2
LIMEEMAS JOURNAL
Volume 4 Nomor 1 Bulan April Tahun 2026

Tersedia online di <https://ejournal.apmapi.or.id/index.php/Limeemas>
ISSN Online: 4567-8654



Analysis of Information Needs and Student Content Preferences on Social Media of the Sriwijaya State Polytechnic

Analisis Kebutuhan Informasi dan Preferensi Konten Mahasiswa pada Media Sosial Politeknik Negeri Sriwijaya

M. Ridho Apriladi¹, Alexandra Nafiah Ramadhani M², Riska Talisa³, Robiah Alawiyah⁴,
Yunita Fauzia Achmad⁵, Astika Ulfah Izzati⁶, Bangga Surya Nagara⁷

9
^{1,2,3,4,5,6,7}Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang, Indonesia

Email: ¹mrldhoapriadi0@gmail.com, ²alexandranafiah1010@gmail.com,
³riskatalisa59@gmail.com, ⁴robihalawiyah444@gmail.com,
⁵yunita.fauzia.achmad@polsri.ac.id, ⁶astika7fah.izzati@polsri.ac.id,
⁷banggasurya@polsri.ac.id

Abstract: This study aims to analyze students' information needs and content preferences on social media of Politeknik Negeri Sriwijaya (Polsri). Using a mixed-method approach encompassing client interviews, internal Instagram Insights data, social media observation, and direct interviews with three audiences, this study identifies the demographic, psychographic, and digital behavioral profiles of Polsri audiences. Results indicate the primary audience is aged 17-24, predominantly female (54.3%), from South Sumatra, especially Palembang (49.8%), and most active on social media between 19.00-23.00. Preferred platforms are Instagram and TikTok. Audiences need fast, transparent, and relevant content in the form of authentic and relatable short videos. Key pain points include hard-to-digest campus information and one-way communication. This study recommends a more responsive, informative, and interactive campus social media content strategy to enhance student digital engagement.

Keywords: Information needs, content preferences, campus social media, students, Politeknik Negeri Sriwijaya

8
Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan informasi dan preferensi konten mahasiswa pada media sosial Politeknik Negeri Sriwijaya (Polsri). Menggunakan pendekatan *mixed-method* yang mencakup wawancara klien, riset data internal Instagram *Insights*, observasi media sosial, dan wawancara langsung dengan tiga audiens, penelitian ini mengidentifikasi profil demografis, psikografis, dan perilaku digital audiens Polsri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens utama berusia 17-24 tahun, mayoritas perempuan (54,3%), berasal dari Sumatera Selatan khususnya Palembang (49,8%), dan paling aktif di media sosial pada pukul 19.00-23.00. Platform favorit adalah Instagram dan TikTok. Audiens membutuhkan konten yang cepat, transparan, dan relevan berupa video pendek yang autentik dan *relatable*. *Pain point* utama meliputi informasi kampus yang sulit dicerna dan komunikasi satu arah. Penelitian ini merekomendasikan strategi konten media sosial kampus yang lebih responsif, informatif, dan interaktif guna meningkatkan keterlibatan mahasiswa secara digital.

Kata Kunci: Kebutuhan informasi, preferensi konten, media sosial kampus, mahasiswa,

6

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia mengakses dan mengonsumsi informasi. Media sosial kini bukan sekadar sarana hiburan, melainkan telah menjadi platform utama komunikasi, penyebaran informasi, hingga pembentukan identitas sosial, khususnya di kalangan generasi muda. Kaplan dan Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologis Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna (Kaplan & Haenlein, 2010). Definisi ini menegaskan bahwa media sosial bukan hanya kanal distribusi, tetapi juga ruang partisipasi aktif penggunanya.

Di Indonesia, penetrasi media sosial tumbuh sangat pesat. Berdasarkan data DataIndonesia.id, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta jiwa atau sekitar 60,4% dari total populasi pada Januari 2023, dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai 3 jam 18 menit per hari (Shilvina Widi, 2023). Platform yang mendominasi penggunaan antara lain YouTube, Instagram, TikTok, dan WhatsApp. Fakta ini menunjukkan betapa besar potensi media sosial sebagai saluran komunikasi institusi pendidikan tinggi dalam menjangkau mahasiswanya.

Dalam konteks perguruan tinggi, media sosial telah menjadi jembatan komunikasi antara institusi dan sivitas akademika. Wulandari dan Irawan menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi akademik di perguruan tinggi dapat meningkatkan aksesibilitas informasi dan kedekatan emosional antara kampus dan mahasiswa (Wulandari & Irawan, 2021). Namun demikian, efektivitas komunikasi tersebut sangat bergantung pada pemahaman institusi terhadap karakteristik, kebutuhan, dan preferensi audiens digitalnya.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai generasi *digital native* memiliki pola konsumsi informasi yang unik. Rohmiyati menyatakan bahwa generasi milenial dan Gen Z cenderung memilih media sosial sebagai sumber informasi utama karena ketersediaan, kecepatan, dan kemudahan aksesnya (Rohmiyati, 2018). Lebih lanjut, Rohmawati dan Arfa menemukan bahwa TikTok, yang sebelumnya dianggap platform hiburan semata, telah berkembang menjadi platform pencarian informasi yang signifikan di kalangan mahasiswa (Rohmawati & Arfa, 2022).

Politeknik Negeri Sriwijaya (Polsri) sebagai perguruan tinggi vokasi terkemuka di Sumatera Selatan memiliki audiens digital yang dominan dari kalangan usia 17-24 tahun. Namun, belum ada kajian akademik yang secara spesifik menganalisis kebutuhan informasi dan preferensi konten mahasiswa terhadap media sosial resmi Polsri. Penelitian ini dirumuskan untuk menjawab: (1) Bagaimana profil demografis dan psikografis audiens media sosial Polsri? (2) Apa saja kebutuhan informasi dan preferensi konten mahasiswa pada media sosial Polsri? (3) Apa *pain point* utama yang dirasakan mahasiswa dalam mengonsumsi konten media sosial Polsri?

METHODOLOGY

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed-method* (campuran kualitatif dan kuantitatif) yang dirancang dalam tiga tahap sistematis. Sugiyono (2017)

Commented [nd1]: 1. Uraikan instrumen penelitian dalam penelitian ini.
2. Uraikan penjelasan teknik pengumpulan data yg bersifat kuantitatif, dikarenakan penelitian ini menggunakan penelitian campuran).

mendefinisikan pendekatan *mixed method* sebagai metode yang mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif secara bersama-sama sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, dan objektif. Tahap pertama adalah persiapan dan eksplorasi awal, di mana dilakukan wawancara mendalam dengan pengelola media sosial Polstri menggunakan panduan pertanyaan terstruktur yang mencakup enam dimensi: profil demografis, psikografi, *pain point*, aktivitas online, waktu aktif, dan preferensi konten.

Instrumen penelitian terdiri dari tiga komponen utama. Pertama, pedoman wawancara semi-terstruktur berisi 10 butir pertanyaan yang digunakan pada tahap eksplorasi awal dan wawancara audiens, mencakup dimensi demografis, aktivitas media sosial, preferensi konten, dan perilaku pembelian. Instrumen ini bersifat kualitatif dengan peneliti sebagai instrumen utama (Waruwu, 2023). Kedua, panduan observasi media sosial berupa lembar pencarian kata kunci terstruktur menggunakan 20 kata kunci di platform Instagram dan TikTok. Ketiga, lembar analisis data kuantitatif dari *Instagram Insights* yang mencatat data statistik demografis pengikut, waktu aktif, dan performan akun selama 30 hari.

Teknik pengumpulan data kuantitatif dalam penelitian ini adalah analisis data sekunder dari fitur *Instagram Insights*. Data yang dikumpulkan bersifat numerik dan terstruktur meliputi: (1) distribusi usia pengikut per kelompok usia dalam persentase; (2) distribusi jenis kelamin; (3) distribusi geografis berdasarkan kota asal; serta (4) data waktu aktif pengikut per jam. Masrizal (2011) menyatakan bahwa dalam penelitian campuran, komponen kuantitatif berperan memberikan validasi statistik terhadap temuan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan selama periode 26 Januari hingga 24 Februari melalui akses langsung ke dasbor *Instagram Insights* akun resmi Polstri.

Tahap ketiga adalah analisis dan sintesis data. Data kualitatif dianalisis menggunakan metode pengenalan pola (*pattern recognition*) untuk mengidentifikasi pola berulang dalam perilaku, keluhan, dan preferensi audiens. Data kuantitatif dari *Instagram Insights* dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa distribusi frekuensi dan persentase. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan hasil dari ketiga sumber data untuk memvalidasi temuan dan menarik kesimpulan yang komprehensif (Sugiyono, 2017).

RESULT AND DISCUSSION

Result

Profil Demografis Audiens

Berdasarkan data *Instagram Insights* periode 26 Januari - 24 Februari, profil demografis pengikut media sosial Polstri dapat dideskripsikan sebagai berikut. Mayoritas pengikut berada pada rentang usia 18-24 tahun (53,9%), disusul usia 25-34 tahun (28,1%). Dari segi jenis kelamin, pengikut mayoritas perempuan sebesar 54,3% dan laki-laki 45,7%. Secara geografis, hampir setengah pengikut berasal dari kota Palembang (49,8%), dengan penyebaran di Gandus (3,0%), Indralaya (2,8%), dan Prabumulih (2,5%).

Temuan demografis ini sejalan dengan hipotesis awal yang dibangun dari hasil

wawancara klien, yang mengidentifikasi audiens utama Polsri sebagai mahasiswa dan pelajar berusia 17-23 tahun dari latar belakang SMA, SMK, atau MA, berasal dari keluarga berpenghasilan menengah, dan berdomisili utama di Provinsi Sumatera Selatan. Validasi silang antara hipotesis dan data aktual menunjukkan konsistensi yang tinggi, memperkuat reliabilitas data.

Profil Psikografis Audiens

Secara psikografis, audiens Polsri adalah individu muda yang berorientasi kuat pada pengembangan diri dan kesiapan karier. Mereka menjunjung tinggi nilai kemandirian, kerja keras, dan ketahanan sebagai nilai inti. Gaya hidup mereka padat dengan aktivitas antara teori dan praktik, mencerminkan karakteristik mahasiswa pendidikan vokasi yang mengutamakan kompetensi aplikatif.

Audiens ini melek digital dan cermat mengelola keuangan, dengan sebagian besar masih bergantung pada uang saku orang tua. Kebutuhan emosional utama mereka adalah rasa bangga terhadap almamater, yang paling kuat terpicu saat melihat prestasi nyata mahasiswa atau inovasi yang berhasil dikembangkan sivitas akademika Polsri. Temuan ini konsisten dengan penelitian Rizki dan Supriyadi (2022) yang menemukan bahwa dampak penggunaan media sosial pada mahasiswa tidak hanya berdimensi perilaku, tetapi juga emosional dan identitas diri.

Hasil wawancara terstruktur dengan tiga informan memperkuat temuan psikografis di atas.

Informan 1 (Niswa, 17 tahun) menyebutkan bahwa ia menggunakan media sosial untuk "hal positif" seperti mencari hiburan dan informasi, serta menyukai konten yang bermanfaat—mencerminkan nilai utilitarian dan orientasi pengembangan diri.

Informan 2 (Aura Dewi, 17 tahun) mengaku kebiasaan media sosialnya didorong oleh kebutuhan hiburan, namun juga membutuhkan konten edukatif seperti edukasi skincare, yang menunjukkan kesadaran terhadap pengembangan diri dalam aspek personal.

Informan 3 (Dwi Latifah, 20 tahun, mahasiswi aktif) secara eksplisit menyatakan kebutuhannya pada "konten informasi terkini", mencerminkan orientasi pragmatis dan kesiapan karier yang khas pada mahasiswa vokasi.

Ketiga informan terbukti melakukan pembelian via media sosial ketika konten pemasaran atau promosi yang muncul relevan dengan kebutuhan mereka, mengindikasikan tingginya literasi digital dan kemampuan pengambilan keputusan berbasis informasi pada audiens Polsri.

Kebutuhan Informasi Mahasiswa

Analisis pengenalan pola terhadap 27 komentar teks di media sosial Polsri menghasilkan tiga kluster utama kebutuhan informasi. Pertama, kebutuhan teknis-operasional pendaftaran (44% komentar), mencakup pertanyaan seputar jadwal SNBT, solusi error login SNBP, lupa password, syarat kelulusan, info beasiswa KIP-K, dan biaya UTBK. Kedua, ekspresi emosional dan keterlibatan sosial (37% komentar), berupa doa/harapan untuk diterima serta dukungan antar sesama calon mahasiswa. Ketiga, permintaan transparansi data (11% komentar), khususnya informasi kuota dan daya

Commented [nd2]: Tambahkan hasil wawancara terstruktur dari point ini.

Commented [nd3]: Berikan hasil wawancara

tampung jurusan.

Pola ini menegaskan bahwa kebutuhan informasi utama calon mahasiswa dan mahasiswa Polsri bersifat praktis dan teknis. Mereka membutuhkan informasi yang cepat direspons, akurat, dan mudah dipahami. Temuan ini sejalan dengan Azahra dan Hasbiansyah (2021) yang menyatakan bahwa media sosial kini lebih disukai sebagai sumber informasi karena ketersediaan, kecepatan, dan kemudahan aksesnya.

Dari tiga informan yang diwawancarai, seluruhnya menyebutkan konten informasi sebagai kebutuhan utama ("Yg Bermanfaat", "Edukasi", dan "Informasi Terkini"), meskipun konten hiburan juga menjadi daya tarik awal yang membuat mereka betah menggunakan media sosial.

Secara lebih rinci, hasil wawancara menunjukkan bahwa :

Informan 1 (Niswa, 17 tahun) mendefinisikan kebutuhannya sebagai konten "yang memiliki manfaat," yang dalam konteks komunikasi kampus berarti pengumuman akademik, informasi beasiswa, dan jadwal perkuliahan yang disajikan secara ringkas dan mudah dipahami.

Informan 2 (Aura Dewi, 17 tahun) secara spesifik menyebutkan kebutuhan akan quotes, film singkat, dan edukasi skincare—menandakan bahwa meskipun informasi kampus penting, penyajiannya perlu dikemas dengan format yang menarik dan tidak kaku.

Informan 3 (Dwi Latifah, 20 tahun, mahasiswi aktif) secara tegas menyatakan kebutuhan utamanya adalah "konten informasi terkini," yang mengindikasikan bahwa kecepatan dan ketepatan waktu penyampaian informasi menjadi faktor kritis dalam kepuasan audiens terhadap akun media sosial kampus. Temuan wawancara ini mengonfirmasi pola yang ditemukan dalam analisis komentar, di mana 44% komentar berisi pertanyaan teknis-operasional yang belum terjawab oleh konten kampus secara proaktif.

Preferensi Konten dan Perilaku Digital

Platform favorit audiens Polsri adalah Instagram dan TikTok untuk sosialisasi dan hiburan, serta YouTube dan Google Scholar untuk kebutuhan akademik. Seluruh informan yang diwawancarai menggunakan Instagram sebagai aplikasi utama, sementara dua di antaranya juga aktif di TikTok. Pola ini menunjukkan bahwa audiens Polsri adalah digital native yang mengalokasikan waktu digital secara seimbang antara hiburan dan pengembangan akademik.

Format konten yang paling disukai adalah video pendek yang menampilkan prestasi mahasiswa, testimoni alumni, dan inovasi karya mahasiswa. Konten jenis ini efektif karena membangkitkan kebanggaan terhadap almamater, memberikan bukti nyata kualitas pendidikan vokasi, dan mudah dikonsumsi serta dibagikan di platform favorit. Temuan ini selaras dengan penelitian Khansa dan Putri (2022) yang menyatakan bahwa video pendek di TikTok memiliki efektivitas tinggi dalam memengaruhi perilaku dan respons emosional audiens muda.

Waktu paling aktif pengikut di media sosial adalah pukul 19.00 (prime time), dengan rentang aktif lanjutan hingga pukul 23.00. Sementara layanan kampus paling banyak diakses pada pagi hari (sebelum perkuliahan) dan sore hari (setelah perkuliahan), dengan puncak di awal semester.

Commented [nd4]: Berikan hasil wawancara

Data wawancara mendukung temuan preferensi konten ini :

Informan 1 (Niswa, 17 tahun) dan Informan 2 (Aura Dewi, 17 tahun) sama-sama menyebutkan platform TikTok dan Instagram sebagai aplikasi favorit, dengan rentang waktu aktif yang **10**alan dengan data Insights, yaitu pukul 19.00-23.00. Keduanya terpengaruh **untuk melakukan pembelian setelah melihat konten** pemasaran yang menarik di media sosial—Niswa membeli pakaian dan Aura Dewi membeli skincare, keduanya pada tanggal 26-27 Februari 2026. Hal ini membuktikan bahwa format konten visual yang menarik dan relevan memiliki daya persuasi tinggi pada audiens usia 17-18 tahun.

Sementara itu, Informan 3 (Dwi Latifah, 20 tahun, mahasiswi aktif) yang sudah berstatus mahasiswi aktif hanya menggunakan Instagram sebagai platform utama dan aktif pada pagi hari (pukul 10.00), menunjukkan pola yang berbeda dari audiens lebih muda. Ia menyukai akun seperti Nazwa Adinda karena konten outfit yang menjadi referensi gaya, mengindikasikan bahwa mahasiswa aktif lebih selektif dalam mengonsumsi konten dan cenderung mencari referensi yang praktis dan aplikatif.

Pain Point Audiens

Terdapat dua *pain point* utama yang teridentifikasi. Pertama, Informasi sulit dicerna, karena pengumuman penting sering disampaikan dalam bentuk tangkapan layar PDF yang kurang jelas, sehingga menyulitkan pembaca, alih-alih dalam bentuk infografis yang ringkas dan menarik. Kedua, komunikasi satu arah: caption media sosial Polsri cenderung formal layaknya surat resmi, dan admin jarang merespons pertanyaan di kolom komentar maupun *DM*, sehingga menciptakan kesan kampus yang tidak responsif.

Selain itu, hasil observasi mengungkap bahwa postingan Polsri hanya muncul dalam hasil pencarian apabila pengguna secara spesifik menggunakan kata "Politeknik Negeri Sriwijaya" atau "Polsri", menunjukkan rendahnya optimasi *SEO* konten yang menghambat jangkauan ke audiens baru, terutama calon mahasiswa.

Discussion

Temuan penelitian ini secara keseluruhan menghasilkan profil audiens media sosial Politeknik Negeri Sriwijaya yang komprehensif dan berbasis data. Secara demografis, audiens utama berusia 18-24 tahun (53,9%) dengan dominasi pengikut perempuan (54,3%) yang berpusat di Kota Palembang (49,8%). Secara perilaku digital, audiens paling aktif pada pukul 19.00-23.00, dengan platform utama Instagram dan TikTok. Kebutuhan informasi bersifat teknis-operasional (44% dari total komentar yang dianalisis), sementara preferensi konten mengarah pada video pendek yang autentik, relatable, dan informatif. Pain point utama adalah penyajian informasi yang sulit dicerna dan komunikasi satu arah dari pengelola akun.

Temuan ini **5**alan dengan penelitian Azahra dan Hasbiansyah (2021) yang membuktikan **terdapat hubungan signifikan antara penggunaan media sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat**. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa Polsri sebagai audiens aktif media sosial memiliki

Commented [nd5]: Berikan hasil pembahasan berupa:

1. Hasil dari penelitian yang merangkum semua isi temuan (bukan kesimpulan)
2. Berikan kajian-kajian dari penelitian terdahulu yg mendukung dan relevant dengan penelitian ini.
3. Interpretasi penelitian ini
4. Implikasi penelitian ini
5. tantangan dan future research terkait pengembangan penelitian ini terutama dalam kajian terkait variable penelitian.

uraikan sekitar 7-8 paragraf.

ekspektasi tinggi terhadap akun resmi kampus untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka secara cepat dan akurat. Kegagalan institusi dalam merespons kebutuhan ini menciptakan gap antara ekspektasi audiens dan realitas konten yang tersedia, yang tercermin dari tingginya pertanyaan teknis yang tidak terjawab di kolom komentar.

Dominasi platform Instagram dan TikTok ³ selaras dengan temuan Rohmawati dan Arfa (2022) yang menyatakan bahwa TikTok kini berkembang sebagai platform pencarian informasi yang signifikan di kalangan mahasiswa, tidak lagi sekadar platform hiburan. Hal ini memiliki implikasi strategis: Polsri perlu mengoptimalkan kehadiran digitalnya di TikTok dengan konten yang dirancang sesuai algoritma platform tersebut, tidak hanya menduplikasi konten Instagram. Penelitian Khansa dan Putri (2022) juga menegaskan bahwa video pendek di TikTok memiliki efektivitas tinggi dalam memengaruhi perilaku dan respons emosional audiens muda, sehingga format ini harus menjadi prioritas produksi konten Polsri.

Dari perspektif Teori Uses and Gratifications, audiens Polsri menggunakan media sosial kampus untuk memenuhi lima kebutuhan dasar: kognitif (mencari informasi akademik dan beasiswa), afektif (merasakan kebanggaan terhadap almamater melalui konten prestasi), integratif personal (mengonfirmasi identitas sebagai bagian dari komunitas Polsri), integratif sosial (berinteraksi dengan sesama mahasiswa dan calon mahasiswa), serta hiburan (mendapatkan konten relatable tentang kehidupan kampus). Ketidaksiharian antara konten yang diproduksi dengan kelima kebutuhan ini—khususnya dominasi konten formal yang minim aspek afektif dan hiburan—menjadi akar dari rendahnya keterlibatan (engagement) audiens.

Penelitian Sutrisno dan Mayangsari (2021) menemukan ⁴ bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial Instagram institusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya. Temuan ini menguatkan urgensi perbaikan strategi konten Polsri: ketika konten yang dipublikasikan relevan dan responsif, audiens akan secara aktif mencari dan mengonsumsinya, yang pada gilirannya meningkatkan discoverability organik akun. Fakta bahwa akun Polsri hanya dapat ditemukan melalui pencarian spesifik dengan kata "Polsri" atau "Politeknik Negeri Sriwijaya" mengindikasikan perlunya optimasi SEO konten dan strategi hashtag yang lebih agresif.

Implikasi praktis penelitian ini mencakup tiga aspek. Pertama, implikasi pada strategi konten: Polsri perlu mengadopsi pendekatan konten campuran yang memadukan informasi akademik berbasis infografis (untuk memenuhi kebutuhan kognitif) dengan video pendek autentik tentang kehidupan mahasiswa dan prestasi (untuk kebutuhan afektif dan hiburan). Kedua, implikasi pada manajemen komunikasi: admin media sosial perlu dilatih untuk merespons komentar dan DM secara aktif dengan bahasa yang relevan bagi Gen Z, karena komunikasi dua arah terbukti meningkatkan kepercayaan dan loyalitas audiens terhadap brand institusi. Ketiga, implikasi pada timing konten: jadwal posting

perlu disesuaikan dengan prime time audiens (pukul 19.00-23.00) untuk memaksimalkan jangkauan organik.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang membuka peluang bagi riset lanjutan. Pertama, jumlah informan wawancara yang terbatas (tiga orang) mengurangi kemampuan generalisasi temuan kualitatif. Future research disarankan menggunakan survei kuantitatif berskala lebih besar dengan minimal 100 responden mahasiswa aktif Polstri untuk mendapatkan gambaran yang lebih representatif. Kedua, data Instagram Insights yang hanya mencakup 30 hari membatasi pemahaman tentang tren jangka panjang. Penelitian longitudinal selama minimal 6 bulan akan menghasilkan pola yang lebih akurat, termasuk perubahan perilaku audiens pada momen-momen kritis seperti awal semester, masa pendaftaran mahasiswa baru, dan periode ujian. Ketiga, penelitian ini belum menyertakan analisis komparatif dengan akun media sosial perguruan tinggi vokasi lain yang setara, yang dapat memberikan benchmark untuk strategi optimasi yang lebih terukur dan berbasis data kompetitif.

CONCLUSION

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi profil komprehensif audiens media sosial Politeknik Negeri Sriwijaya. Secara demografis, audiens utama berusia 17-24 tahun, mayoritas perempuan (54,3%), berdomisili di Sumatera Selatan khususnya Palembang, dengan status ekonomi menengah. Secara psikografis, mereka berorientasi pada pengembangan diri, melek digital, dan memiliki kebanggaan tinggi terhadap almamater. Kebutuhan informasi utama bersifat teknis-operasional dan memerlukan respons cepat, khususnya terkait pendaftaran, kebijakan akademik, dan beasiswa. Preferensi konten mengarah pada video pendek yang autentik, emosional, *relatable*, dan informatif, yang paling banyak dikonsumsi pada *prime time* malam hari pukul 19.00-23.00. *Pain point* terbesar adalah penyajian informasi yang sulit dicerna dan komunikasi yang bersifat satu arah.

Polstri disarankan mengadopsi strategi konten campuran yang memadukan informasi ringkas berbasis infografis dengan video pendek yang autentik dan emosional, khususnya di Instagram dan TikTok. Waktu posting sebaiknya diprioritaskan pada rentang pukul 19.00- 23.00 untuk memaksimalkan jangkauan. Admin media sosial perlu aktif merespons komentar dan *DM* secara cepat dengan bahasa yang sesuai kosakata Gen Z, sambil tetap menjaga profesionalitas. Optimasi kata kunci pada konten perlu ditingkatkan agar postingan Polstri lebih mudah ditemukan dalam pencarian organik. Kampus juga perlu menyediakan konten rutin tentang kehidupan mahasiswa, prestasi, dan testimoni alumni untuk membangun kebanggaan dan keterlibatan emosional yang lebih kuat.

REFERENCES

- Azahra, N. A., & Hasbiansyah, O. (2021). Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat. *Prosiding Manajemen Komunikasi* (pp. 311-315). Bandung: Prodi Manajemen Komunikasi.
- Hamzah, R. E. (2015). Penggunaan Media Sosial di Kampus dalam Mendukung Pembelajaran Pendidikan. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 14(1), 45-

Commented [nd6]: Referensi minimal 15 dari seluruh sitasi yang digunakan, wajib menggunakan mendeley sebagai alat bantu.

*Ridho, Alexandra, Riska, Robiah, Yunita, Astika, Bangga:
Analysis of Information Needs and Students Content Preferences on Social Media ...*

70. <https://doi.org/10.32509/wacana.v14i1.89>

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 133-141. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3939>
- Nurmala, M. D., Afrizal, S., & Wibowo, T. U. S. H. (2022). Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa. *Jurnal Sosial dan Budaya*, 9(1).
- Rizki, F., & Supriyadi, A. (2022). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Sosial Mahasiswa. *Jurnal Sosial dan Budaya*, 9(1), 100-115.
- Rohmawati, I. E., & Arfa, M. (2022). Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Undip dalam Aplikasi Tik Tok Anuva: *Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 6(4), 505-518.
- Rohmiyati, Y. (2018). Model Perilaku Pencarian Informasi Generasi Milenial. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 2(4).
- Shilvina Widi. (2023). Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 167 Juta pada 2023. *DataIndonesia.id*.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 118-133.
- Wulandari, F., & Irawan, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Akademik di Perguruan Tinggi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi Pendidikan*, 8(2), 55-63.
- Masrizal. (2011). Mixed Method Research. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(1), 53-56.
- Mutiara, P., & Putri, K. Y. S. (2023). Uses and Gratification Theory in Tik Tok as Social Media Marketing Platform. *Journal of Communication Science*, 14(2), 112-125.
- Samsu, S. (2021). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. Palembang: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSTAKA).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.

5%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

- 1** pusbindiklatren.bappenas.go.id
Internet 23 words — 1%
- 2** ejournal.apmapi.or.id
Internet 21 words — 1%
- 3** e-journal.unair.ac.id
Internet 16 words — 1%
- 4** Awindya Wulandari, Aqida Nuril Salma. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi", Kaganga:Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora, 2022
Crossref 12 words — < 1%
- 5** journal.univpancasila.ac.id
Internet 11 words — < 1%
- 6** Ahmad Fariza Ari Duan, Febriansyah Febriansyah, Hendri Purnomo. "The Impact of Multimedia on Information Dissemination in the Digital Era", Secure And Knowledge-Intelligent Research in Cybersecurity And Multimedia (SAKIRA), 2025
Crossref 10 words — < 1%
- 7** journal.arimbi.or.id
Internet 10 words — < 1%

8	eprints.uns.ac.id Internet	9 words — < 1%
9	jurnal.aksaraglobal.co.id Internet	9 words — < 1%
10	repository.ar-raniry.ac.id Internet	9 words — < 1%
11	www.scribd.com Internet	9 words — < 1%
12	repository.upi.edu Internet	8 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF