ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penggunaan *Instagram* sebagai media komunikasi institusional perguruan tinggi, termasuk akun resmi Universitas Malikussaleh yang membagikan informasi akademik kepada mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan *Instagram @univ.malikussaleh* sebagai media informasi akademik, pemenuhan kebutuhan informasi akademik, serta pengaruhnya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 Universitas Malikussaleh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Sampel penelitian berjumlah 69 mahasiswa yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan observasi, sedangkan analisis data mencakup uji normalitas, regresi linear sederhana, uji t, serta koefisien determinasi ($R^{2)}$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Instagram @univ.malikussaleh* dimanfaatkan melalui *Feed, Reels, Highlights*, dan fitur interaktif sebagai media informasi akademik. Pemenuhan kebutuhan informasi akademik menunjukkan kecenderungan positif berdasarkan lima dimensi perilaku informasi Wilson, yaitu *Context of Information Need, Activating Mechanism, Intervening Variables, Information Seeking Behavior, dan Information Use.* Hasil pengujian normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,086 > 0,05, sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 11,289 > t tabel 1,996 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan *Instagram @univ.malikussaleh* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akademik. Nilai R^2 sebesar 0,655 menunjukkan bahwa *Instagram @univ.malikussaleh* berkontribusi sebesar 65,5%, sedangkan 34,5% sisanya dapat berasal dari faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, *Instagram @univ.malikussaleh* berperan dalam pemenuhan kebutuhan informasi akademik mahasiswa.

Kata Kunci: *Instagram*, kebutuhan informasi akademik, mahasiswa, media sosial, perilaku informasi.

ABSTRACT

This study is motivated by the use of Instagram as a medium of institutional communication in higher education, including the official Universitas Malikussaleh account, which disseminates academic information to students. This study aims to examine the use of Instagram @univ.malikussaleh as a medium for academic information, the fulfillment of academic information needs, and its influence on the fulfillment of academic information needs among Communication Science students of the 2022 cohort at Universitas Malikussaleh. This study employed a quantitative approach using a survey method. The sample consisted of 69 students selected through purposive sampling. Data were collected through questionnaires and observation, while data analysis included a normality test, simple linear regression, a t-test, and the coefficient of determination (R^2). The results indicate that Instagram @univ.malikussaleh is utilized as a medium for academic information through Feed, Reels, Highlights, and interactive features. The fulfillment of academic information needs showed a positive tendency based on Wilson's five dimensions of information behavior Context of Information Need, Activating Mechanism, Intervening Variables, Information Seeking Behavior, and Information Use. The normality test yielded an Asymp. Sig. value of 0.086 > 0.05, indicating that the data were normally distributed. The t-test showed a calculated t value of 11.289 > the critical t-value of 1.996, with a significance value of 0.000 < 0.05. These results indicate that Instagram @univ.malikussaleh has a positive and significant influence on the fulfillment of academic information needs. The coefficient of determination (R^2) of 0.655 indicates that Instagram @univ.malikussaleh accounts for 65.5% of the variation in the fulfillment of academic information needs, while the remaining 34.5% may be attributable to other factors outside the scope of this study. Therefore, Instagram @univ.malikussaleh plays a role in fulfilling students' academic information needs.

***Keywords**: Instagram, academic information needs, students, social media, information behavior.*