

Penggunaan Media Sosial Twitter dan Instagram Sebagai Sumber Informasi Dalam Menentukan Pilihan Perguruan Tinggi

Sabrina Zalsabillah Wahab¹, Lutfiya Dwi Anggita^{2*}, Nur Rahma Izzati Salsabilla³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya
lutfiya.22077@mhs.unesa.ac.id

Abstract

The anxiety feelings that students feels at the final level of high school in deciding where and how they choose the higher education, makes students look for various ways to access all the information they needed in preparation. The easier access in this digital era makes generation z and generation alpha (born over 2000) make social media as a place to find informations through the various platforms. Social media users in Indonesia, which has reached 194.4 million people, are dominated by young people from the age group of 13 to 18 years with an internet penetration rate of 99.16% throughout 2021 to 2022. One of the most popular social media used by the younger generation today is Instagram and Twitter with Instagram users in Indonesia exceed 70% of users and more than 50% users for Twitter, which is enough to make instagram as the social media with the most users after whatsapp, while twitter ranked 6th after Tiktok and Telegram. So, instagram and Twitter are the focus of this study. In this study, the magnitude of the influence of social media Instagram and Twitter in helping students (currently students) to make choices and steps that must be taken in the process of this study. By conducting surveys through filling out forms, quantitative and qualitative data were collected for new students, in the hope that they could become recommendations and inspiration for other students.

Keywords: College; Students; Social Media; Social Media Usage; Campus Admission

Abstrak

Kegelisahan siswa pada tingkat akhir SMA dalam memutuskan dimana dan bagaimana mereka memasuki jenjang perguruan tinggi, menjadikan siswa mencari berbagai cara untuk mengakses segala informasi yang diperlukan sebagai persiapannya. Kemudahan di era digital ini membuat generasi z dan generasi alpha (kelahiran diatas tahun 2000) menjadikan sosial media sebagai salah satu tempat mencari informasi melalui berbagai platform. Pengguna media sosial di Indonesia yang telah mencapai 194,4 juta orang ini didominasi oleh kaum muda dari kelompok usia 13 hingga 18 tahun dengan tingkat penetrasi internet mencapai 99,16% di sepanjang tahun 2021 hingga 2022. Media sosial yang paling populer digunakan generasi muda saat ini salah satunya adalah Instagram dan Twitter dengan pengguna Instagram diindonesia yang melebihi 70% pengguna dan lebih dari 50% pengguna untuk Twitter cukup untuk menjadikan instagram sebagai sosial media dengan pengguna terbanyak setelah whatsapp dan twitter diurutan ke 6 setelah Tiktok dan Telegram sehingga Instagram dan Twitter menjadi fokus dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, besarnya peranan sosial media Instagram dan Twitter dalam membantu memudahkan siswa (saat ini mahasiswa) untuk menentukan pilihan serta langkah yang harus diambil dalam prosesnya akan dikaji. Dengan melakukan wawancara melalui pengisian form, dilakukan pengambilan data secara kualitatif kepada mahasiswa baru, dengan harapan dapat menjadi rekomendasi dan inspirasi bagi siswa lainnya.

Kata Kunci : Mahasiswa; Media Sosial; Penggunaan Media sosial; Pendaftaran Kampus

1. Pendahuluan

Di era digital ini, perkembangan teknologi berjalan dengan cepat dan signifikan. Kemajuan ilmu pengetahuan yang diiringi dengan perkembangan teknologi menghadirkan banyak kemudahan bagi masyarakat, seperti penyaluran informasi, interaksi, sosialisasi, dan komunikasi. Komunikasi dinilai memiliki peranan penting dalam kehidupan sehari-hari, setiap saat semua orang atau kelompok pasti melakukan interaksi satu sama lain [1]. Berkembangnya teknologi digital ini juga membuat segala aspek kehidupan menjadi lebih mudah, khususnya dalam bidang Pendidikan. Mayoritas masyarakat menilai bahwa pendidikan sebatas terikat pada sebuah lembaga formal dan biasa dilakukan secara tatap muka. Pendidikan formal adalah pendidikan yang berlangsung secara teratur, bertingkat dan mengikuti sifat-sifat tertentu secara ketat [2]. Seperti halnya berangkat pagi, datang ke sekolah, mengikuti proses pembelajaran, hingga kembali pulang ke rumah masing-masing, kini bisa dilakukan secara *online* tanpa bertemu dan tersedia di berbagai *platform* media sosial.

Maraknya tenaga pendidik yang memiliki latar belakang yang berbeda, membuat semakin banyak pula Pendidikan non-formal yang dibentuk. Pendidikan non formal adalah pendidikan yang dilaksanakan secara tertentu dan sadar tetapi tidak mengikuti aturan yang ketat, diberikan pada kursus-

kursus, pelatihan dan sebagainya [2]. Seperti Lembaga bimbingan belajar yang membantu pelajar dalam mencapai targetnya. Seperti halnya Lembaga Pendidikan formal, Lembaga Pendidikan non-formal juga dulunya hanya bisa dilakukan secara tatap muka. Namun, karena perkembangan teknologi, sekarang semuanya bisa dilakukan secara *online* tanpa halangan apapun. Dengan kata lain, Pendidikan bisa selalu dijalankan tanpa terkecuali. Tak hanya itu, keberadaan Pendidikan informal juga sangat membantu siswa mendapat sumber belajar lebih luas. Pendidikan informal diperoleh seorang dari pengalaman sehari-hari dengan sadar atau tidak sadar sepanjang hayat pendidikan dapat berlangsung dalam keluarga dalam pengalaman sehari-hari maupun dalam pekerjaan, masyarakat, keluarga dan organisasi [2]. Dengan ini, siswa juga tetap mendapatkan ilmunya apabila mengikutinya dengan serius. Terlebih ketika menuju kenaikan kelas dan kelulusan.

Perpindahan jenjang Pendidikan sekolah menengah atas menuju perguruan tinggi merupakan masa yang *krusial* bagi siswa tahun terakhir di SMA. Bingung, resah, dan takut bercampur menjadi satu. Siswa tahun terakhir tentunya sedang gencar-gencarnya mencari informasi mengenai perguruan tinggi mana yang akan dipilihnya. Baik perguruan tinggi negeri maupun swasta, siswa tahun terakhir SMA akan mempertimbangkannya dengan serius. Dalam perspektif calon mahasiswa, keputusan memilih program studi di suatu perguruan tinggi dianggap berpotensi untuk merubah kehidupan individu. Karena itu, keputusan memilih program studi tersebut merupakan isu yang penting. Tak hanya siswa, orang tua pun ikut merasakan perasaan yang sama, mendoakan anaknya agar mendapatkan hasil yang terbaik [3].

Adanya teknologi digital membuat siswa dapat dengan mudah mencari informasi yang dibutuhkan. Termasuk mencari informasi mengenai perguruan tinggi. Seperti adanya *platform* digital yang sudah tak asing lagi ditelinga para pelajar, yakni Instagram dan Twitter yang banyak tersedia akun belajar informal. Bentuk media pada *platform* Instagram berupa gambar atau video yang berisikan infografis materi pembelajaran maupun strategi untuk menentukan pilihan perguruan tinggi. Pada *platform* Twitter, tersedia pula media yang berupa gambar dan video yang berisikan tentang materi dan strategi yang sama seperti Instagram. Namun, *platform* Twitter sendiri lebih memudahkan para penggunanya untuk berinteraksi dengan pemilik konten dikarenakan Twitter sendiri memiliki fitur komentar dengan gambar maupun video. Fitur yang lebih dikenal dari twitter sendiri adalah fitur *Thread* yang dalam penggunaannya mirip seperti cerita bersambung. Dengan adanya dua platform Instagram dan Twitter, tentunya semakin memudahkan pelajar untuk mencapai target belajarnya. Sehingga, rumusan masalah yang dapat diperoleh ialah:

- a. Bagaimana peran Twitter dan Instagram dalam proses mendapatkan informasi mengenai perguruan tinggi?
- b. Media sosial mana yang lebih berperan dalam mendapatkan informasi mengenai perguruan tinggi?
- c. Sosial media mana (Twitter dan Instagram) yang lebih mudah pengaplikasiannya?

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode survei dengan tujuan memperoleh data serta persentase dari responden yang memudahkan proses perhitungannya [4]. Dengan penelitian deskriptif untuk mendapatkan data hasil wawancara dalam bentuk opini responden tentang penggunaan *platform* media sosial sebagai moda informasi siswa dalam menentukan standar pilihan perguruan tinggi. Populasi responden pada penelitian ini terdiri dari mahasiswa berstatus aktif. Mahasiswa menjadi responden yang lebih diutamakan, karena dinilai telah memiliki pengalaman dan hasil yang berkaitan dengan penelitian ini. Serta pola pikir yang matang sehingga dapat menyimpulkan sesuai dengan apa yang dialami [5]. Untuk menentukan subjek pada penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling* sehingga penulis menentukan kriteria responden yang dinilai sesuai dengan penelitian, dengan harapan responden dapat memberi tanggapan yang berkaitan pada kasus penelitian [6]. Sample responden yang terlibat pada penelitian ini merupakan *volunteer* sebagian mahasiswa yang menggunakan *platform* media sosial Instagram dan Twitter untuk memudahkan perolehan informasi mengenai sistem pembelajaran maupun perguruan tinggi.

Wawancara pada penelitian ini diajukan kepada responden menggunakan media Google Form dikarenakan keterbatasan waktu. Dalam angket berisi pertanyaan opsi dan pendapat, yang terdiri dari

7 pertanyaan opsi (ya/tidak), 3 persentase (penggunaan), 6 opini responden. Beberapa angket pertanyaan meliputi identitas responden, *platform* media sosial yang sering digunakan, penggunaan *platform* media sosial Instagram dan Twitter dalam perolehan sumber informasi belajar atau perguruan tinggi, persentase peran *platform* media sosial Instagram dan Twitter, serta opini perbandingan penggunaan *platform* Instagram dan Twitter. Pada survei yang telah dilakukan dengan media Google Form, tercatat memperoleh 44 responden, yang seluruhnya terdiri dari mahasiswa yang berasal dari berbagai perguruan tinggi negeri maupun swasta di Indonesia.

3. Hasil dan Pembahasan

Proses yang dihadapi peserta didik untuk mempersiapkan masa penerimaan mahasiswa baru merupakan sebuah rangkaian panjang yang harus dilalui dan tentunya tidaklah mudah. Dimulai pada fase menyiapkan strategi belajar, menentukan program studi yang diambil yang berkaitan dengan masa depan, serta perguruan tinggi yang dipilih sesuai pertimbangan kemampuan dan keketatan persaingan memperebutkan bangku di perguruan tinggi, dan bersaing dengan peserta dari seluruh Indonesia.

Perbedaan fitur yang disajikan oleh Twitter dan Instagram sebagai sosial media cukup berlawanan, walaupun sama-sama menyajikan informasi, berita dan juga hal unik oleh penggunanya, seperti karakteristik instagram yang lebih berfokus pada informasi yang spesifik disetiap akunnya tentang konten yang dibahas dan mode konten akun yang dibuat lebih eksklusif kepada pengikut untuk lebih banyak memaparkan informasi yang ingin diketahui terutama sebagai minatnya dalam isu tertentu. Postingan infografis yang disajikan berupa visual statis dan audio visual (video pendek berupa *reels*) menjadi salah satu yang mencolok dan mengistimewakan media sosial instagram sebagai galeri publik. Fitur Siaran langsung yang dipopulerkan oleh media sosial media instagram tidak hanya sebagai media interaksi kreator dengan para pengikut, tetapi juga kini menjadi media dialog interaktif untuk berbagai platform besar untuk bisa membuka ruang diskusi dengan memungkinkan banyak partisipan untuk mengikuti dan berpendapat, atau hanya untuk menyimak jalannya diskusi dalam membahas sebuah isu yang tentunya memiliki korelasi dengan konten yang secara konsisten di unggah oleh kreator dari sebuah platform akun di media sosial instagram. Perbedaan karakteristik dari fitur yang disajikan ini menjadi pertimbangan yang cukup relevan untuk dikaji lebih lanjut dalam penggunaannya sebagai media informasi yang edukatif bagi para peserta didik yang akan melanjutkan kejenjang sekolah yang lebih lanjut yaitu perguruan tinggi. perbedaan karakteristik ini menjadi sebuah kemudahan bagi peserta didik untuk memilih sesuai kebutuhan dan nyaman dalam menggunakan serta kemudahan yang ingin dipilih sebagai bentuk proses upaya dalam mencapai target yang mereka ingin capai. Responden dari penelitian ini didominasi oleh mahasiswa yang sedang menjalani perkuliahan di perguruan tinggi, baik itu perguruan tinggi negeri, maupun perguruan tinggi swasta. Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya (UNESA) merupakan Mahasiswa yang paling banyak berkontribusi dalam memberikan tanggapan dan pendapatnya di penelitian ini. Pesebaran mahasiswa tidak hanya di provinsi Jawa Timur, tetapi juga Jawa Tengah dan Yogyakarta hingga Kalimantan Timur. Mahasiswa yang berkontribusi dalam penelitian merupakan pengguna aktif media sosial, yang dikonfirmasi semua responden merupakan pengguna sosial media Instagram. Namun, tidak semua responden merupakan pengguna sosial media Twitter karena tidak terbiasa menggunakannya. Dalam mencari informasi mengenai perguruan tinggi, banyaknya responden yang mencari informasi melalui media sosial lebih banyak dari pada yang tidak. (lihat tabel 1)

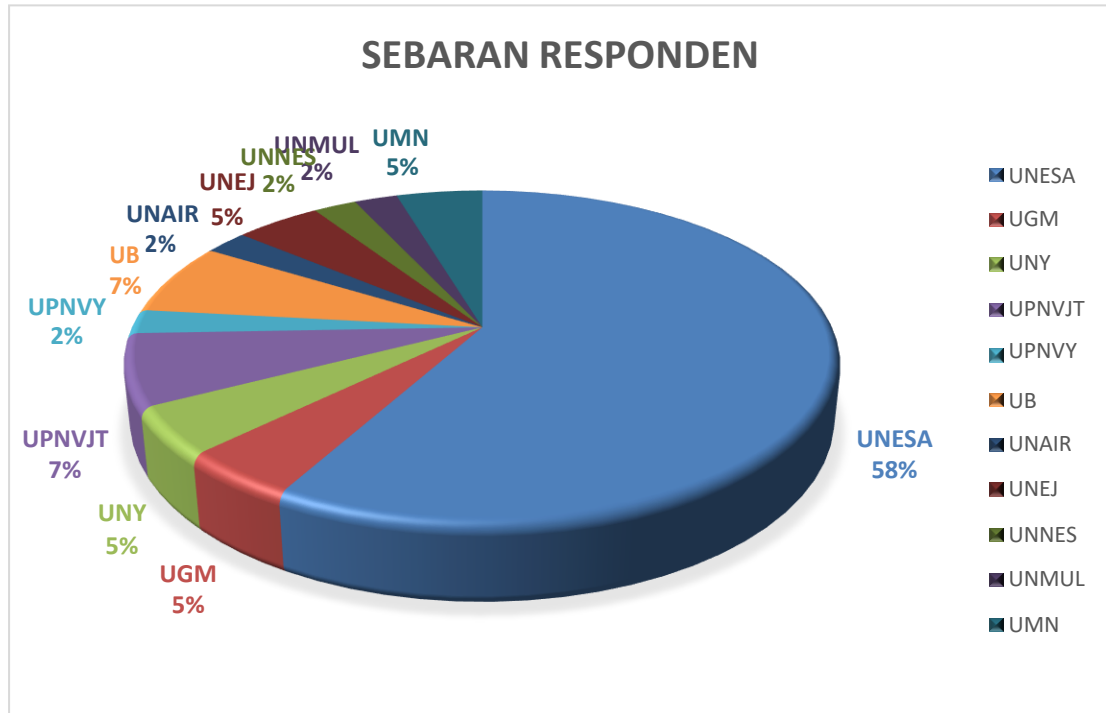
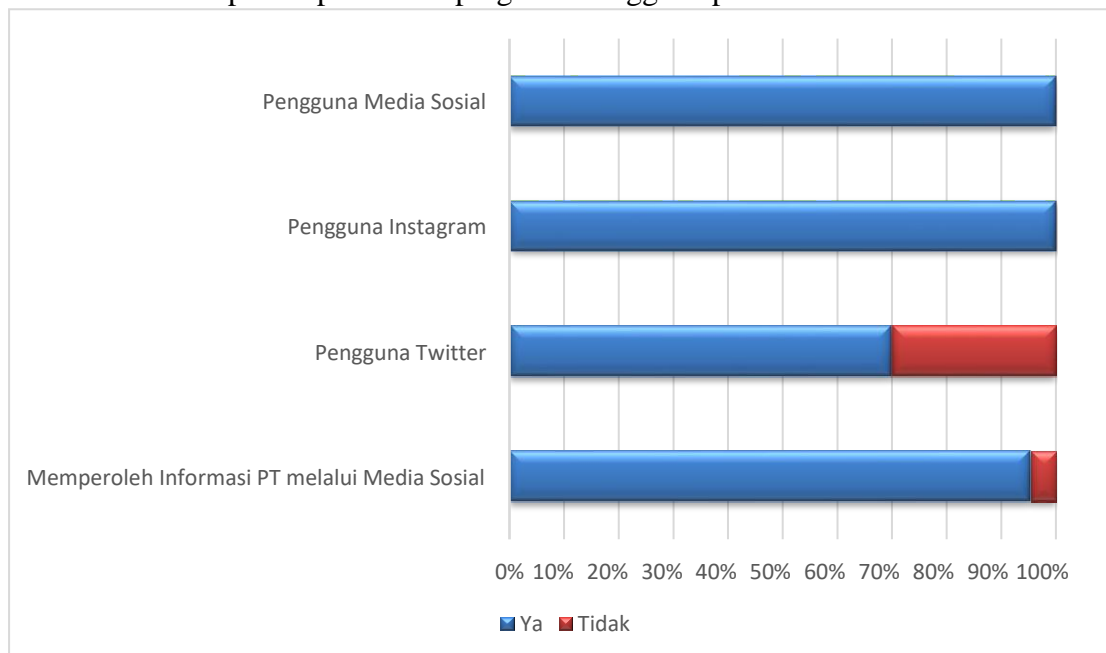


Diagram 1. Karakteristik responden penelitian.

Dalam diagram pertama, menjabarkan statistik perolehan responden penelitian. Sebanyak 100% responden atau keseluruhan merupakan mahasiswa. Jawaban para responden terkait pertanyaan opsional (ya atau tidak) penelitian ini sangat bervariasi. Pada pernyataan pengguna media sosial seluruh responden mengkonfirmasi bahwa menggunakan media sosial. Sedangkan dalam diagram kedua Karakteristik responden penelitian terkait peran Twitter dan Instagram sebagai media sosial penyaji informasi dalam proses penentuan perguruan tinggi responden.



Tabel 2. Peranan Twitter dan Instagram sebagai media sosial penyaji informasi dalam proses penentuan perguruan tinggi responden

Pada pernyataan pengguna Twitter, sebanyak 69,8% responden yang mengkonfirmasi sebagai pengguna Twitter. 30,2% sisanya menyatakan tidak memiliki akun Twitter. Pada pernyataan pengguna Instagram, seluruh responden mengkonfirmasi bahwa menggunakan platform yang terdapat di dalam

media sosial Instagram. Pada pernyataan mencari informasi perguruan tinggi melalui media sosial, sebanyak 95,3% responden mengkonfirmasi bahwa mencari informasi perguruan melalui media sosial. 4,7% sisanya menyatakan sosial media tidak memiliki andil peran dalam proses pencarian dan akses informasi mengenai perguruan tinggi yang menjadi target bagi responden.

Peranan Twitter dan Instagram Sebagai Penyaji Informasi Dalam Proses Penentuan Perguruan Tinggi

Di era digital ini, terlebih selepas pandemi, media sosial merupakan media utama dalam mencari informasi [7]. Berbagai media sosial digunakan oleh setiap orang, terlebih para pelajar yang sedang mencari informasi mengenai sistem belajar serta sebagai wadah bagi responden menentukan pilihannya untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih lanjut. Berdasarkan survei, Twitter dan Instagram menjadi salah satu alternatif bagi para generasi z, seperti mencari informasi mengenai perguruan tinggi mana yang akan mereka pilih untuk menentukan masa depan mereka [8]. Mulai dari perguruan tinggi mana yang sesuai dengan kapasitas kemampuan mereka, jurusan yang akan dipilih, keketatan *passsing grade* daya tampung pada perguruan tinggi yang dituju, hingga standar apa yang cocok dengan nilai dan gaya belajar mereka. Dari sini, akan terlihat perbedaan dari generasi z yang hidup dikelilingi dengan teknologi dalam upaya pemaksimalan manfaatnya dengan generasi milineal atau bahkan generasi dibawahnya yang lebih mengandalkan informasi dari orang terdekat disekelilingnya sebagai testimoni nyata. Akses sosial media yang mudah membuat semakin banyak pengguna sosial media yang memutuskan untuk membuat akun dan akhirnya bergabung dalam sebuah *platform*, khususnya *platform* sosial media Instagram dan Twitter.

Sebagai fokus utama, Instagram dan twitter dipilih karena memiliki pengguna yang cukup banyak di Indonesia pada tahun 2022. Berdasarkan data dari we are social tahun 2022, didapatkan instagram sebagai media sosial terbanyak yang digunakan kedua setelah Whatsapp dengan lebih dari 75% pengguna dan Twitter dengan lebih dari 50% Pengguna di Indonesia (<https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022>).

Dari data yang di peroleh pada tabel 2 dan 1, walaupun semua responden menggunakan Instagram, Twitter dianggap lebih berperan dalam penentuan standar perguruan tinggi yang cocok bagi responden, begitu pula dengan media sosial yang berperan besar dan juga kemudahan yang dirasakan dalam mengakses informasi melalu media sosial tersebut, yang menunjukkan twitter lebih unggul daripada instagram dalam pengaplikasiannya.

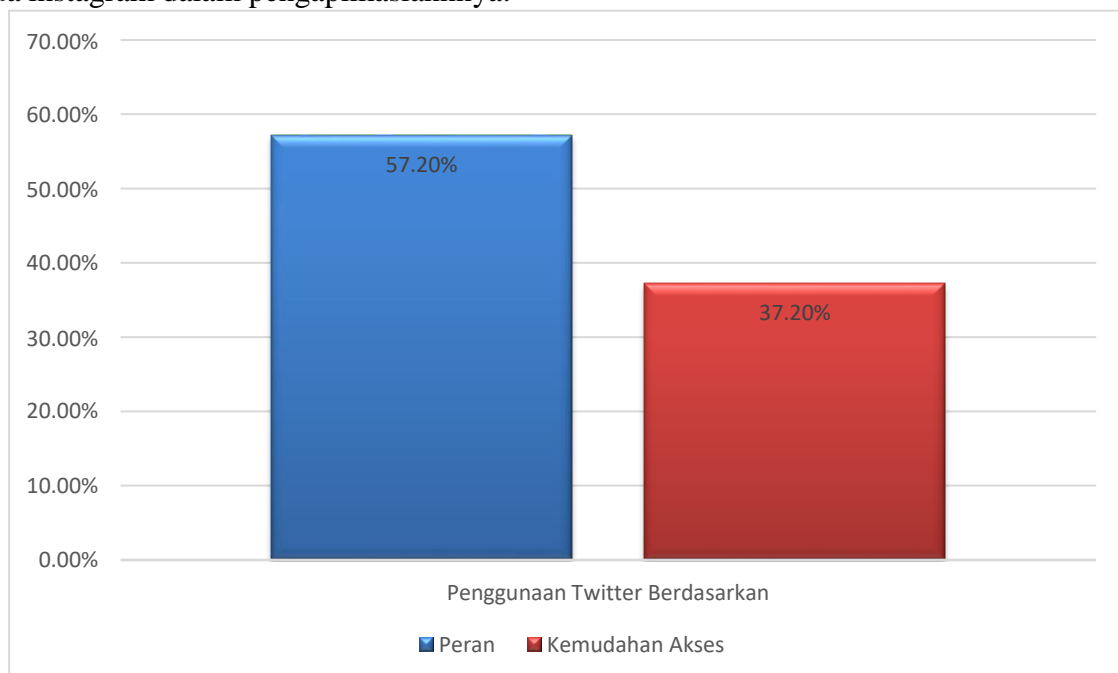


Diagram 3. Peran Twitter sebagai media sosial penyaji informasi dalam proses penentuan perguruan tinggi responden.

Dalam angket yang digunakan dalam mengambil data responden untuk penelitian ini, responden menjelaskan alasan mengapa Twitter lebih disukai daripada Instagram dalam hal untuk mengakses informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan perguruan tinggi. Diantaranya karena sifatnya yang lebih bebas, kemudahan dalam berdiskusi, juga bentuk konten Twitter yang berupa tulisan menjadikannya *platform* yang mudah di buat oleh siapa saja dan diakses oleh siapa saja, sehingga perkembangan informasi yang disajikan lebih cepat dan lengkap. Mulai dari informasi resmi, hingga testimoni *sharing* pendapat dapat dilakukan di Twitter.

Tak hanya itu, kemudahan menemukan akun lain (terhubung dengan orang yang juga memiliki keperluan sejenis) lebih mudah secara *real time* dan juga akses publik yang tidak harus melalui keterikatan mengikuti akun seorang pengguna maupun tidak (jangkauan lebih luas di luar *followers*). Berbeda dengan aplikasi instagram, responden merasa cukup sulit menemukan konten yang mereka cari karena pengaplikasiannya tidak sebebaskan Twitter yang memiliki jangkauan sangat luas pada setiap akun. Meskipun begitu, responden yang merasa lebih mudah menggunakan Instagram juga menjelaskan bahwa di Instagram, konten yang ada di dalamnya lebih menarik karena banyak menampilkan infografis yang mudah dipahami dan juga informasi konten yang lebih aman dan terpercaya [10]. Melalui terverifikasinya sebuah akun, pengguna kemudian dapat menemukan informasi yang lebih terpercaya dan jelas sumbernya. Selain itu, alasan lain responden memilih Instagram daripada Twitter ialah kemudahan dalam penggunaannya karena lebih terbiasa menggunakannya. Selain itu, responden yang lebih memilih Instagram daripada Twitter juga menjelaskan alasan mereka tidak memilih Twitter ialah karena mereka tidak terbiasa menggunakan Twitter karena pengaplikasiannya dirasa cukup rumit dan banyak dari responden yang tidak memiliki aplikasi Twitter.

Berdasarkan data penelitian ini, responden juga membagikan akun-akun yang menjadi favorit mereka dalam mengakses informasi mengenai perguruan tinggi, baik dari Twitter maupun Instagram. *@sbmptnfess*, *@collegemenfess* dan *@fauzanalrasyid* menjadi akun populer favorit responden dalam mencari informasi berupa materi maupun pendapat dalam menentukan pendidikan lanjutan mereka. Sedangkan untuk akun populer favorit di Instagram ialah *@infomasukptn*, *@lmtptofficial*, *@kemendikbud*, *@produktifkuy*, *@schoters*. Untuk instagram, akun yang dipilih responden lebih beragam daripada Twitter karena pencarian akun lebih spesifik sesuai dengan tujuan responden. Masing-masing akun memiliki fokusnya masing masing, seperti akun *@fauzanalrasyid* di Twitter yang berfokus pada menyebarkan materi UTBK dengan pokok pembahasan utama kaidah kebahasaan Indonesia, yakni salah satu materi yang ada di UTBK, yaitu Pemahaman Pembacaan Umum dan Penalaran Umum. Lain halnya dengan akun Instagram *@infomasukptn*, akun tersebut lebih berfokus ke pembahasan *tips and trick* ataupun kiat-kiat sukses dalam meraih perguruan tinggi. Mulai dari membagikan hasil nilai UTBK peserta UTBK tahun lalu yang lolos dan tidak lolos ke perguruan tinggi negeri, *tips* memilih jurusan berdasarkan kemampuan masing-masing, hingga ke promosi Try Out berbayar maupun tidakn berbayar juga tersedia di akun *@infomasukptn*.

Akun *base menfess* dinilai sangat membantu mayoritas responden karena memiliki fungsi yang cukup kompleks. Fungsi utama akun *base menfess* sendiri sebenarnya bertujuan untuk mewedahi orang-orang yang memiliki minat dan ketertarikan yang serupa [9]. cara kerja akun *base menfess* adalah respon dari bot pada akun terhadap permintaan penyampaian pesan atau informasi melalui *direct message* akun. Setelah terkirim dan terkonfirmasi oleh bot, maka pesan atau informasi akan dipublikasi pada beranda akun *bot menfess*, yang kemudian nantinya setelah pesan dipublish, pengguna akan bisa berinteraksi untuk saling berdiskusi mengutarakan pendapatnya. Diskusi melalui Twitter dinilai sangat berpengaruh bagi para responden. Interaksi dari para pengguna yang dirasa senasib atau berpengalaman serupa membuat jangkauan diskusi sesama lain menjadi lebih dekat, dan tentunya sama-sama memiliki topik yang tak jauh dari hal-hal yang berkaitan dengan tujuan dan capaian para responden.

Adanya akun-akun publik seperti yang telah disebutkan tadi juga berperan dalam menentukan keputusan yang diambil oleh responden, karena memiliki kapasitas serta sumber data yang cukup valid dalam merekomendasikan pilihan yang tepat bagi para responden. Perihal yang didiskusikan dalam Twitter meliputi sistem belajar hingga strategi pemilihan perguruan tinggi. Tak hanya itu, Twitter juga memiliki fitur yang bernama "*spaces*", yakni fitur seperti radio, namun yang

membedakannya dengan video ialah di *spaces*, pendengar bisa mengajukan diri untuk ikut menjadi seorang pembicara, pendengar juga bisa ikut membagikan komentarnya untuk dimintai feedbacknya. Fitur ini memberikan kemudahan yang sangat signifikan bagi para pengguna yang hendak berdiskusi. Diskusi sistem belajar pada *platform* Twitter ini biasa responden lakukan dengan cara bertukar materi pembelajaran yang berasal dari berbagai sumber yang diperoleh masing-masing pengguna, atau mencari akun publik yang memang terverifikasi memiliki kapasitas dalam memberi ilmu serta materi pembelajaran. Bertukar materi pembelajaran kerap dilakukan responden dengan cara mendapati akun yang lebih awal membagikan informasi materi, sehingga para *followers* maupun pengguna lain dapat memberi tanggapan satu sama lain. Lain halnya dengan akun publik yang telah terverifikasi memiliki kapasitas dalam memberi materi pembelajaran, responden hanya perlu mencerna serta menerima informasi materi yang telah dibagikan. Berbeda dengan diskusi dalam mengatur strategi pemilihan perguruan tinggi. Dalam diskusi ini para pengguna dapat menggali informasi dengan cara saling berkonsultasi serta memberi rekomendasi. Cara bertukar saran ini dirasa sangat ampuh bagi para responden. Perihal yang didiskusikan dapat mengenai penentuan program studi, perangkaan perguruan tinggi, hingga keketatan persaingan (*passing grade*).

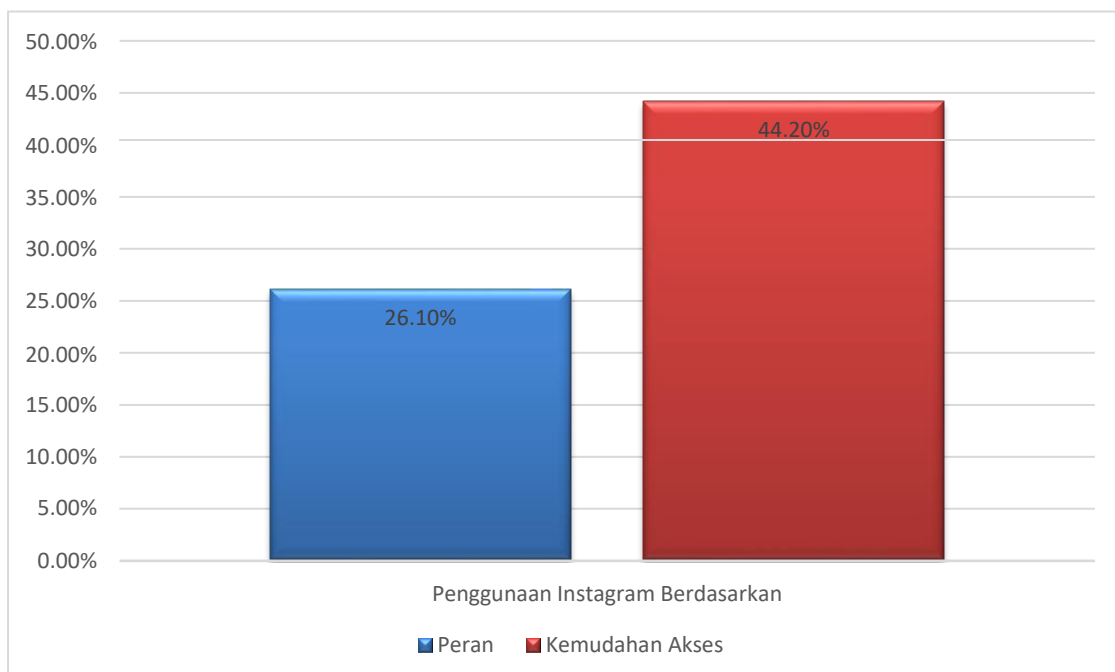


Diagram 4. Peran Instagram sebagai media sosial penyaji informasi dalam proses penentuan perguruan tinggi responden.

Melalui Instagram, responden juga memiliki sisi ketertarikan tersendiri dalam pembagian informasi. Visualisasi pada informasi yang dipublikasi membuat responden memperoleh kemudahan dalam mencerna segala informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan tujuan serta capaian para responden. Visualisasi informasi pada Instagram dapat berupa infografis statis maupun audio visual yang menurut para responden dinilai lebih memudahkan dalam mencerna informasi yang telah diperoleh [11]. Akun-akun yang biasa membagikan informasi serta materi pembelajaran merupakan akun yang telah terverifikasi memiliki kapasitas tersebut. Meskipun begitu, banyak pula akun biasa yang secara sukarela membagikan materi yang dimilikinya. Selain itu, di Instagram sendiri juga memiliki fitur yang biasa disebut dengan "*live*" atau siaran langsung. Siaran langsung instagram sendiri merupakan fitur seperti siaran video secara langsung yang diselenggarakan oleh pemilik akun, nantinya, para penonton siaran langsung dapat bergabung dan memberikan komentarnya kepada penyelenggara siaran langsung. Biasanya, siaran langsung yang diselenggarakan oleh akun populer yang terverifikasi untuk diskusi materi, sehingga dapat ditonton oleh ribuan bahkan jutaan orang tergantung topik yang diangkat oleh penyelenggara. Bahkan, dalam fitur siaran langsung, penonton juga bisa bergabung dan ikut menjadi pembicaranya untuk ditonton oleh khalayak umum.

Akun-akun yang dinilai memiliki kapasitas dalam memberikan informasi serta ruang belajar yang telah terverifikasi mayoritas merupakan akun dari penyedia layanan bimbingan belajar online. Akun tersebut sukarela membagikan informasi bagi para pengguna tanpa membayar, yang tentunya informasi yang diperoleh juga tidak semaksimal seperti yang tersedia pada *platform*-nya sendiri. Meskipun begitu akun-akun ini secara tak langsung juga merekomendasikan *platform*-nya yang berisi kelebihan yang dapat diakses jika pengguna berlangganan. fungsi pembagian informasi dari akun-akun penyedia layanan bimbingan belajar ini tak hanya sebagai sumber ruang belajar, namun juga sebagai penyedia program persiapan menuju perguruan tinggi.

Akun penyedia layanan bimbingan belajar di Instagram banyak yang telah terverifikasi keberadaannya, berkat antusias serta ketertarikan responden dalam memperoleh informasi pembelajaran. Tak hanya itu, akun ini juga kerap kali memberikan informasi mengenai program menarik dalam mendukung persiapan atau simulasi tes masuk perguruan tinggi yang diadakan oleh *platform*-nya. Seperti Try Out akbar gratis, yang dapat diakses atau diikuti berbagai siswa yang tersebar di seluruh Indonesia dengan latar belakang yang berbeda. Dalam program ini pun tersedia layanan konsultasi dan rekomendasi pemilihan perguruan tinggi yang telah memiliki dukungan data cukup valid. Layanan konsultasi dan rekomendasi biasa tersedia pasca berlangsungnya Try Out, dengan memfasilitasi rekomendasi program studi, perangsingan perguruan tinggi, serta keketatan persaingan (*passing grade*) yang dinilai sesuai dengan perolehan skor Try Out.

Dampak yang Dirasakan Responden Terkait Penggunaan Sosial Media Twitter dan Instagram dalam Mengakses Informasi Mengenai Perguruan Tinggi.

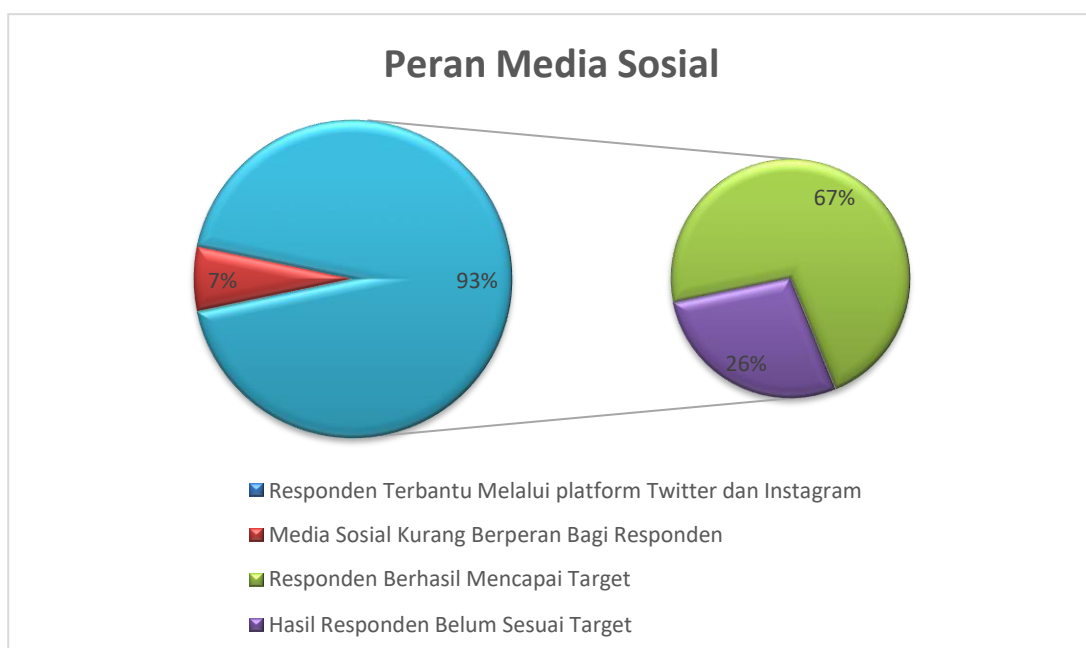


Diagram 5. Dampak terhadap reponden terkait penggunaan sosial media Twitter dan Instagram dalam mengakses informasi perguruan tinggi.

Dari diagram diatas diketahui bahwa melalui sosial media ini sebanyak 93% responden merasa sangat terbantu dengan adanya *platform* yang tersedia di media sosial, baik untuk sekedar keperluan informasi ataupun untuk membantu belajar dalam proses mengejar dan mempersiapkan untuk masuk ke perguruan tinggi sesuai target. Diketahui pula, lebih dari 70% responden berhasil mencapai target perguruan tinggi mereka melalui informasi yang didapatkan dari sosial media, baik itu Instagram maupun Twitter. Berdasarkan data, responden merasa sangat terbantu dengan adanya *platform* digital, terutama Instagram dan Twitter. Sedangkan sisanya belum berhasil mencapai targetnya dikarenakan alasan yang tidak diketahui.

Responden merasakan dampak yang sangat signifikan dalam meraih apa yang menjadi cita-cita responden, terlebih dalam hal mencari materi pembelajaran. Mulai dari hal belajar secara individu

maupun diskusi kelompok. Materi yang responden cari dapat temukan dalam media sosial Instagram dan Twitter dengan mudah dan bebas karena pengaksesannya yang tersebar bebas terutama pada akun yang telah terverifikasi. Selain itu, adanya akun *base menfess* di twitter (akun bot yang digunakan untuk berdiskusi) membuat responden sangat terbantu. Diskusi melalui Instagram maupun Twitter sangat mudah dilakukan dan tentunya akan mendapatkan respon dari pihak lain yang diajak berdiskusi. Adanya akun-akun publik seperti yang disebutkan tadi juga berperan dalam menentukan masa depan responden, baik secara langsung maupun tidak langsung. Perbedaan karakteristik yang disajikan baik dari media sosial Instagram ataupun Twitter memberikan kenyamanan bagi peserta didik yang mana dalam hal ini responden untuk kemudian dapat menyesuaikan keunggulan dari masing masing fitur dengan kebutuhan. Hal ini tentu membantu peserta didik dalam mencari informasi yang edukatif terkait dengan perguruan tinggi yang menjadi target sehingga dapat mencapai sasaran dengan tepat.

4. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai “Penggunaan Platform Media Sosial sebagai Moda Informasi Siswa dalam Menentukan Standar Pilihan Pendidikan Lanjutan”, dapat disimpulkan bahwa Lebih dari 90% pengguna sosial media Twitter dan Instagram (yang pada saat itu merupakan siswa kelas 12 SMA) merasa terbantu dengan adanya media sosial tersebut dalam membantunya menentukan pendidikan lanjutan. Adanya sosial media Twitter dan Instagram memiliki peranan penting dalam proses menuju masa depan beberapa individu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Responden juga banyak yang berhasil mencapai target perguruan tingginya dengan bantuan informasi dari sosial media Instagram dan Twitter.

Meski begitu, media sosial lain juga ikut serta dalam proses perkembangan skill responden. Dalam mencari informasi yang berkaitan dengan perguruan tinggi, media sosial Twitter berpengaruh lebih besar daripada Instagram karena di Twitter lebih banyak konten materi yang dapat diakses. Namun, secara pengaksesan aplikasi, instagram jauh lebih unggul dan lebih mudah dikarenakan di instagram sendiri, kontennya tidak terlalu beragam dan mudah untuk diakses. Selain itu, adanya akun-akun yang membantu individu dalam meraih targetnya harus terus diperhatikan agar akun tersebut tidak hilang dikarenakan suatu hal. Mengingat jumlah Responden yang masih dapat ditambah diharapkan penelitian ini dapat berlanjut dan menjadi salah satu rujukan untuk penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

5. Saran

Peranan yang diciptakan oleh media sosial Instagram dan Twitter dalam mengakomodasi para penggunanya sangatlah besar. Yakni berupa kemudahan dalam mendapatkan informasi pembelajaran, serta menentukan perguruan tinggi bagi para penggunanya. Selain itu, pengguna juga dapat melakukan diskusi antar individu maupun antar kelompok dengan mudah menggunakan media sosial Instagram dan Twitter. Dengan adanya *platform* media sosial Instagram dan Twitter yang sangat membantu penggunanya, diharapkan dapat memberikan peluang *platform* media sosial lain untuk turut mengembangkan potensi dan peluang yang sama. Pengguna juga diharapkan untuk selalu berhati-hati dalam menggunakan teknologi digital agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.

Daftar Pustaka

- [1] EN Inah, "Peranan Komunikasi Dalam Pendidikan," *Jurnal Al-Ta'dib*, Vols. 6 No. 1 Januari-Juni, Januari-Juni 2013.
- [2] S Suwanto, "Persepsi Orang Tua Terhadap Proses Bimbingan Belajar," *Jurnal SAP*, vol. 3 No. 1, Agustus 2018.
- [3] B Kamal, "Pengaruh Persepsi, Akreditasi Prodi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Program Studi Akuntansi Pada Politeknik Harapan Bersama," *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, Vols. 1, (2), pp. 145-158, 2017.
- [4] A Dharmawan, "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada Followers," *Commercium.*, vol. 02 Nomor 02, 2019.

- [5] AM Huda, "Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa Di Surabaya," *Commercium*, vol. 4 Nomer 02, pp. 19-32, 2021.
- [6] M Mulyana, "Persepsi Mahasiswa Atas Penggunaan Aplikasi Perkuliahan Daring Saat Wabah Covid-19," *Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi*, vol. 4 No.1, pp. 47-56, 2020.
- [7] GG Aji, "Peran Media Sosial Dalam Manajemen Media Online (Studi Kasus Tirto.Id)," *Commercium*, vol. 02 Nomor 02, pp. 55-59, 2019.
- [8] A Herdiansah, "Sistem Pendukung Keputusan Referensi Pemilihan Tujuan Jurusan Teknik Di Perguruan Tinggi," *Jurnal Matrik*, vol. 19 No.2, pp. 223-234, Mei 2020.
- [9] ZF Salsabila, "Pola Komunikasi Virtual Pengelolaan Autbase Twitter," *Jurnal Komunikasi*, Vols. 14, No. 1, p. 192 – 203, Juli 2022.
- [10] Z Zakaria, "Tingkat Efektivitas Akun Instagram @Tirtoid Di Kalangan Mahasiswa Surabaya," *Commercium*, vol. 03 Nomor 01, pp. 1 - 5, 2020.
- [11] BSC Novidianti, "Strategi Pembentukan Citra Positif Humas Bandara Di Era Digital," *Commercium*, vol. 03 Nomor 01, pp. 73 -77, 2020.