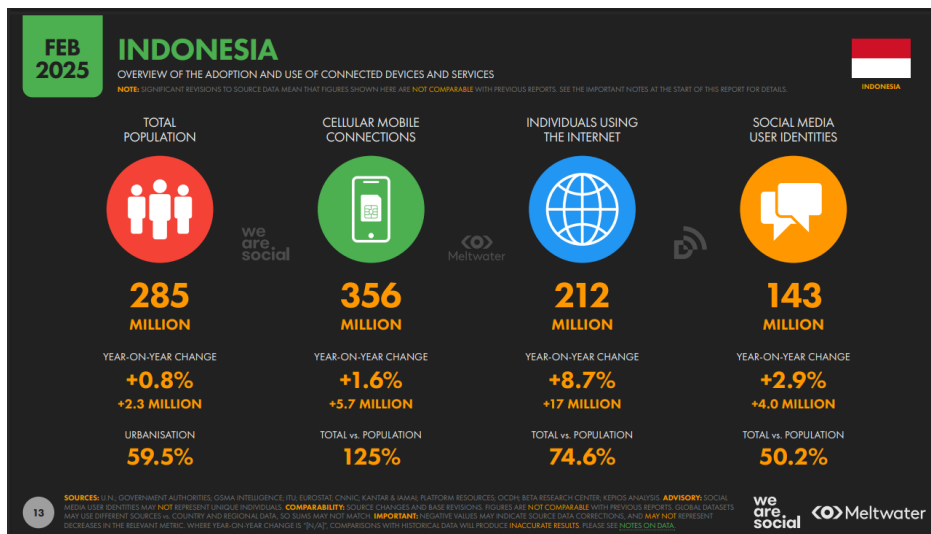


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era digital ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi di berbagai bidang, tak terkecuali teknologi komunikasi. Kemajuan teknologi ini telah mengevolusi cara manusia dalam berkomunikasi. Pada era ini banyak orang telah menggunakan teknologi yang dikenal sebagai internet, yang menjadi pelopor dalam dunia komunikasi (Daud, 2021). Kehadiran internet membuat banyak orang menyadari bahwa tantangan yang dihadapi bukan hanya tentang cara memperoleh informasi, tetapi lebih kepada bagaimana memilih informasi yang sesuai dengan kebutuhan individu tersebut (Putri, 2020).

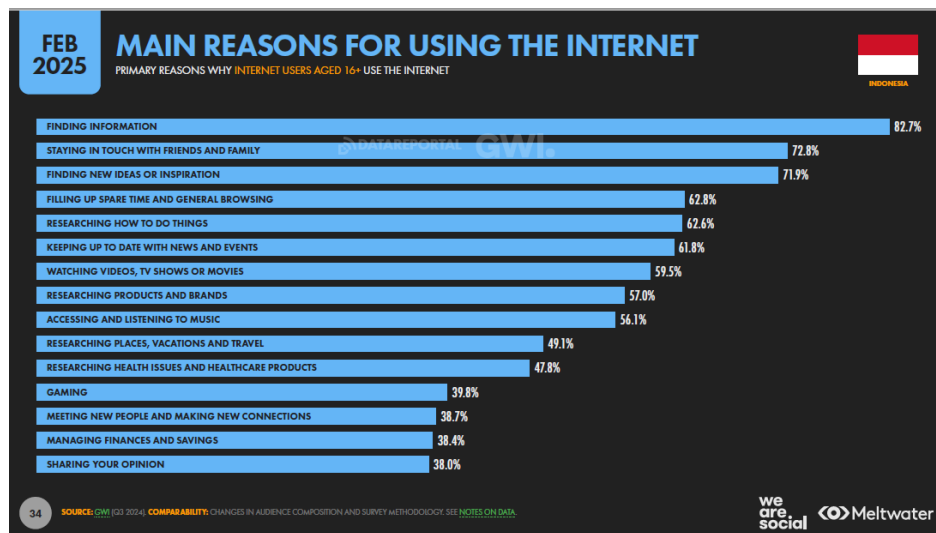


Gambar 1. 1: Tingkat penggunaan perangkat terhubung dan layanan di Indonesia

Sumber: Datareportal.com (2025)

Berdasarkan gambar 1.1 terkait laporan Digital 2025 terbaru yang dipublikasikan oleh DataReportal pada Februari 2025, Indonesia memiliki populasi sebesar 285 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, 212 juta orang (74,6%) merupakan pengguna internet. Sementara itu, pengguna media sosial aktif tercatat sebanyak 143 juta orang, atau sekitar 50,2% dari total populasi. Data ini menunjukkan bahwa

Indonesia memiliki potensi besar dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi.



Gambar 1. 2: Alasan menggunakan internet di Indonesia

Sumber: Datareportal.com (2025)

Gambar 1.2 menampilkan grafik hasil survei Global Web Index (GWI) mengenai alasan utama masyarakat Indonesia menggunakan media sosial, yang melibatkan responden berusia 16 tahun ke atas. Survei tersebut mengungkapkan bahwa mayoritas individu (82,7%) mengakses internet terutama untuk menemukan informasi. Tingginya intensitas penggunaan internet untuk berbagai keperluan terutama dalam mencari informasi, turut mendorong peningkatan peran media sosial sebagai sumber informasi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi yang disajikan di media sosial memegang peranan penting, karena informasi yang akurat, relevan, dan dapat dipercaya akan meningkatkan kredibilitas platform serta kepercayaan pengguna terhadap konten yang disampaikan.

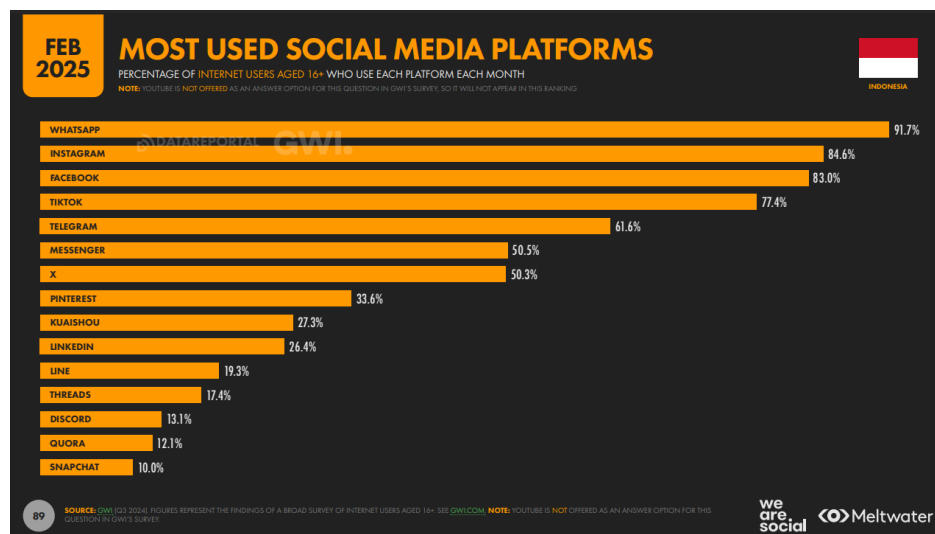
Perkembangan pesat media sosial sebagai sumber informasi tidak dapat dilepaskan dari konsep *new media*. *New media* mengacu pada teknologi komunikasi digital berbasis internet seperti media sosial, blog, dan platform jaringan daring lainnya. Dalam beberapa tahun terakhir, *new media* telah menjadi saluran utama untuk menyebarkan berita, pendidikan, pemasaran, dan *branding* karena sifatnya yang cepat, interaktif, dan tanpa batas geografis. Penggunaannya telah

Diny Nurafnie, 2025

HUBUNGAN KUALITAS INFORMASI DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI STUDI LANJUT KE LUAR NEGERI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menggantikan media tradisional seperti televisi, surat kabar, dan radio yang kini mengalami penurunan signifikan (Yujie dkk., 2022). Media sosial termasuk Instagram merupakan salah satu contoh *new media* yang sangat populer saat ini (Hakim dkk., 2024). Sebagai *new media*, Instagram telah berevolusi dengan memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan hubungan yang interaktif, personal, dan saling terhubung (Fajrina, 2024).



Gambar 1. 3: Platform media sosial yang sering digunakan di Indonesia

Sumber: Datareportal.com (2025)

Gambar 1.3 menunjukkan data platform media sosial yang paling sering digunakan oleh pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan survei dari GWI (Global Web Index) yang mencakup pengguna internet berusia 16 tahun ke atas, WhatsApp berada di peringkat pertama dengan tingkat penggunaan sebesar 91,7% dan di posisi kedua terdapat Instagram dengan 84,6%. Data di atas mencerminkan bahwa Instagram sebagai platform berbasis visual menunjukkan daya tarik yang signifikan di kalangan pengguna internet. Popularitas Instagram yang banyak digunakan menunjukkan bahwa platform ini tetap relevan di tengah persaingan berbagai media sosial lainnya. Instagram menawarkan kemudahan akses, format informasi yang menarik, keberagaman informasi, dan interaksi yang aktif, sehingga menjadikannya pilihan ideal bagi pengguna yang ingin mencari informasi dengan cara yang menyenangkan dan informatif.

Diny Nurafnie, 2025

HUBUNGAN KUALITAS INFORMASI DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI STUDI LANJUT KE LUAR NEGERI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

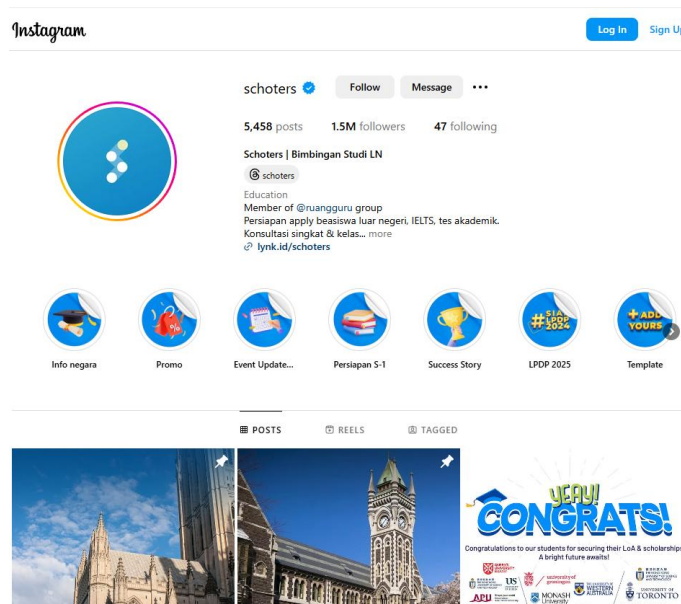
Meskipun WhatsApp menempati peringkat pertama sebagai platform yang paling sering digunakan di Indonesia, platform tersebut lebih berfungsi sebagai media komunikasi personal dan *chatting* daripada sebagai ruang publik untuk berbagi konten informatif secara masif. Instagram dipilih dalam penelitian ini karena memiliki keunggulan sebagai platform berbasis visual yang menggabungkan teks, gambar, dan video secara menarik sehingga mampu menarik perhatian pengguna dalam konteks informasi edukatif. Selain itu, Instagram memungkinkan interaksi aktif melalui komentar, *direct message*, fitur *stories*, dan *live session* yang mendorong komunikasi dua arah antara penyedia informasi dan audiens. Hal ini menjadikan Instagram tidak hanya sebagai media berbagi informasi, tetapi juga sebagai wadah membangun komunitas dan keterhubungan sosial.

Akses internet yang mudah dan praktis melalui perangkat *mobile* memungkinkan pengguna untuk memanfaatkan media sosial kapanpun dan dimanapun. Hal ini menjadikan media sosial bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi (Helen & Rusdi, 2019). Namun, perlu diingat bahwa media sosial termasuk Instagram, memiliki kelebihan dan kekurangan dalam hal penyebaran informasi. Di satu sisi, media sosial memungkinkan informasi tersebar dengan cepat dan luas, menjangkau khalayak yang lebih besar, dan memicu interaksi serta diskusi antar pengguna. Di sisi lain, media sosial juga rentan terhadap penyebaran informasi yang tidak sesuai, hoaks, maupun ujaran kebencian. Pengguna harus selektif dalam memilih sumber informasi, memverifikasi informasi yang diterima, dan menghindari penyebaran informasi yang tidak valid.



Gambar 1. 4: Logo Schoters

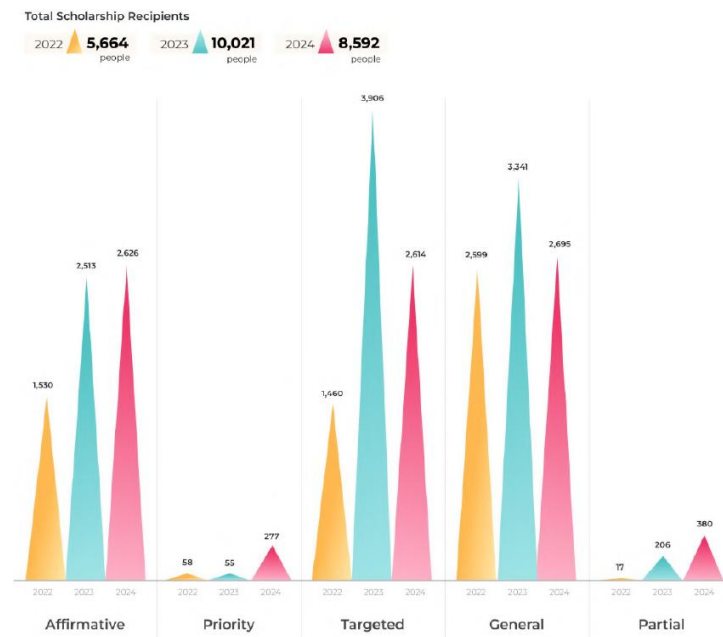
Sumber: www.schoters.com



Gambar 1. 5: Akun Instagram @schoters

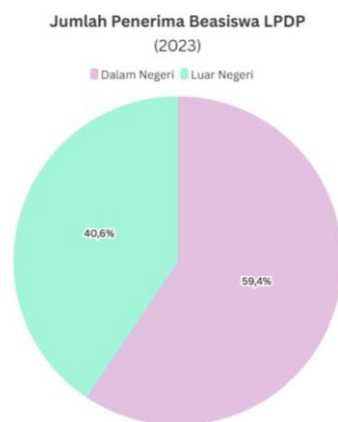
Sumber: <https://www.instagram.com/schoters/>

Di era digital yang serba cepat, media sosial telah menjadi salah satu sumber utama bagi masyarakat dalam memperoleh informasi, termasuk informasi tentang studi di luar negeri (*study abroad*). Salah satu akun Instagram yang menonjol dalam memberikan informasi terkait *study abroad* atau studi ke luar negeri adalah @schoters yang dikenal sebagai penyedia layanan konsultasi pendidikan bagi calon pelajar internasional. Schoters resmi menjadi bagian dari *startup* Indonesia yang tergabung dalam penyedia layanan pendidikan, yaitu Ruangguru sejak tanggal 1 Juli 2022. Akun ini aktif dalam membagikan berbagai informasi mulai dari peluang beasiswa, tips pendaftaran, hingga pengalaman pribadi dari alumni yang berhasil melanjutkan studi di luar negeri. @schoters memiliki jumlah pengikut yang besar di Instagram yaitu sejumlah 1,4 juta *followers* (dilihat pada Januari 2025), menunjukkan bahwa akun ini memiliki audiens yang luas dan dipercaya sebagai sumber informasi tentang *study abroad*.



Gambar 1. 6: Penerima beasiswa LPDP dari tahun ke tahun

Sumber: Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP)



Gambar 1. 7: Penerima beasiswa LPDP 2023

Sumber: Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP)

Minat pelajar Indonesia untuk melanjutkan studi di luar negeri terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini didorong oleh berbagai faktor seperti kualitas pendidikan yang lebih baik, kesempatan kerja yang lebih luas, dan keinginan untuk mendapatkan pengalaman internasional yang berharga. Fenomena ini didukung berdasarkan data laporan dari LPDP (Lembaga Pengelola Dana

Pendidikan) mengenai jumlah penerima beasiswa LPDP dari tahun ke tahun yang dipublikasikan oleh laman Goodstats. Adapun data penerima beasiswa LPDP yang lulus seleksi di kampus luar negeri pada tahun 2023 sebanyak 4.050 peserta (40,6%).

Dengan meningkatnya minat mahasiswa Indonesia untuk melanjutkan studi ke luar negeri, akses terhadap informasi yang akurat dan terpercaya menjadi sangat penting. Akan tetapi, di sisi lain masih banyak alumni universitas dan masyarakat umum yang mengalami kesulitan dalam mengakses dan memahami informasi terkait studi ke luar negeri, baik dalam hal persiapan pendaftaran, beasiswa yang tersedia, maupun persyaratan dokumen yang diperlukan (Faridy dkk., 2024). Jika informasi yang tersedia di media sosial tidak akurat atau tidak lengkap, hal ini dapat menyebabkan kesalahan dalam pengambilan keputusan akademik, keterlambatan pendaftaran, atau bahkan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan beasiswa.

Dalam konteks ini, informasi yang akurat, komprehensif, dan mudah diakses sangat diperlukan oleh calon mahasiswa. Schoters hadir sebagai platform yang menyediakan informasi dan bimbingan bagi masyarakat yang ingin melanjutkan pendidikan ke luar negeri. Untuk mendukung persiapan studi, Schoters mengembangkan berbagai layanan, seperti konsultasi studi secara *online*, bimbingan dan pelatihan untuk tes bahasa asing, layanan penerjemahan dokumen pendaftaran, serta penyediaan beragam konten edukatif terkait studi internasional (Adhiazni, 2020). Dalam akun Instagramnya pun, @schoters berperan penting dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh para pelajar untuk mempersiapkan diri menghadapi berbagai proses seleksi dan adaptasi di luar negeri.

Dengan meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap media sosial sebagai sumber informasi, konsep *new media* dan kualitas informasi menjadi sangat relevan dalam menilai efektivitas penyebaran informasi di platform digital. Instagram sebagai salah satu bentuk *new media*, memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai informasi akademik secara lebih interaktif dan visual. Namun, tantangan yang muncul adalah bagaimana memastikan bahwa informasi yang disajikan benar-benar akurat, relevan, dan tidak menyesatkan pengguna.

Untuk mengetahui kelayakan topik penelitian serta memahami karakteristik objek penelitian, pada bulan April 2025 dilakukan pra-penelitian dengan observasi awal terhadap akun Instagram @schoters. Observasi dilakukan dengan menelaah berbagai konten yang dipublikasikan akun @schoters selama tiga bulan terakhir. Peneliti mengamati bentuk penyajian informasi yang meliputi jenis konten (gambar, video, carousel), topik yang diangkat (informasi beasiswa, strategi pendaftaran, pengalaman studi, dll), serta tingkat interaksi pengguna (jumlah *likes*, komentar, dan *share*). Hasil observasi menunjukkan bahwa akun @schoters secara konsisten memproduksi konten seputar *study abroad*, terutama terkait beasiswa luar negeri, tips persiapan studi, serta pengalaman alumni. Konten-konten ini dirancang secara visual menarik dan informatif, menggunakan desain infografis, video pendek, serta *caption* yang juga informatif.

Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara singkat sebagai penelitian awal dengan salah satu anggota tim media sosial Schoters berinisial F, yang menjabat sebagai Social Media Specialist. Wawancara dilakukan secara *online* melalui Google Form untuk menyesuaikan dengan jadwal kesibukan narasumber. Tujuan pra-penelitian ini guna memahami strategi penyampaian informasi di akun Instagram @schoters. Berdasarkan hasil wawancara, akun @schoters bertujuan untuk menyampaikan informasi seputar *study abroad*, seperti beasiswa, pilihan kampus dan jurusan, dokumen persyaratan, hingga biaya hidup mahasiswa di berbagai negara. Target audiens utamanya adalah masyarakat berusia 20 hingga 65 tahun yang ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang S-1, S-2, maupun S-3. Jenis konten yang paling sering digunakan adalah carousel, karena format ini dinilai efektif untuk menyampaikan informasi secara padat, menarik, dan mudah dipahami. Selain itu, jenis konten ini juga mampu meningkatkan *brand awareness* dan interaksi pengguna. Proses pembuatan konten diawali dengan sesi *brainstorming* bulanan, di mana setiap anggota tim memberikan 5–10 ide konten berdasarkan pilar yang telah ditentukan, serta melakukan analisis terhadap performa konten sebelumnya. Adapun kriteria konten yang berkualitas, menurut F adalah konten yang bersumber dari informasi yang kredibel, disajikan dengan gaya

bahasa ringan, serta mudah dimengerti oleh target audiens. Respon *followers* terhadap konten dinilai positif, dan hingga saat ini belum ditemukan kendala signifikan dalam proses penyampaian informasi. Evaluasi terhadap konten dilakukan secara internal melalui *meeting* mingguan atau bulanan. Hasil wawancara ini memperkuat studi pendahuluan dengan memberikan gambaran bahwa akun Instagram @schoters memiliki strategi yang terstruktur dalam menyusun dan menyampaikan informasi kepada audiensnya. Temuan ini menjadi dasar yang relevan untuk meneliti lebih lanjut bagaimana para *followers* menilai kualitas informasi yang disajikan melalui akun tersebut.

Sebagai bagian dari studi pendahuluan, peneliti juga melakukan pra-survei kepada 11 pengikut akun Instagram @schoters guna memperoleh gambaran awal mengenai persepsi mereka terhadap informasi seputar studi ke luar negeri yang disampaikan melalui platform tersebut. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden mengakses akun @schoters secara rutin, baik beberapa kali dalam seminggu maupun dalam sebulan, yang mengindikasikan adanya ketertarikan dan keterlibatan yang cukup aktif terhadap konten yang dibagikan. Jenis konten yang paling diminati mencakup informasi beasiswa, tips pendaftaran studi ke luar negeri, serta profil kampus dan negara tujuan. Sebagian besar responden menilai informasi yang disajikan berkualitas baik hingga sangat baik, dengan karakteristik yang jelas, mudah dipahami, dan relevan dengan kebutuhan.

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan kepada sejumlah pengikut akun Instagram @schoters, diketahui bahwa informasi yang paling sering mereka cari dan butuhkan berkaitan langsung dengan aspek-aspek penting dalam proses studi lanjut ke luar negeri. Kebutuhan informasi tersebut mencakup informasi tentang peluang beasiswa, mulai dari jenis, syarat, hingga jadwal pendaftarannya; tips dan panduan dalam proses pendaftaran studi, termasuk pemilihan universitas serta pengisian dokumen aplikasi; persiapan menghadapi tes kemampuan bahasa asing seperti IELTS; serta informasi mengenai kampus dan negara tujuan, yang meliputi sistem pendidikan, biaya hidup, hingga gambaran lingkungan akademik. Temuan ini menunjukkan bahwa kebutuhan informasi para pengguna bersifat spesifik,

aplikatif, dan sangat berkaitan dengan tahapan konkret yang harus dilalui dalam proses studi lanjut ke luar negeri.

Lebih lanjut, sebagian besar responden menyatakan bahwa informasi dari akun @schoters membantu mereka memahami proses dan persiapan studi ke luar negeri. Tingkat kepuasan terhadap konten juga tergolong tinggi, dengan sebagian besar responden merasa cukup puas hingga sangat puas. Meskipun demikian, beberapa masukan disampaikan agar penyajian informasi dapat dibuat lebih ringkas dan sederhana agar lebih mudah dipahami oleh khalayak umum. Selain itu, dari tanggapan terbuka responden, terlihat bahwa informasi yang tersedia dianggap relevan dengan kebutuhan mereka. Hasil pra-survei ini memperkuat relevansi topik penelitian mengenai persepsi pengikut akun Instagram @schoters, tidak hanya terhadap kualitas informasi, tetapi juga terhadap sejauh mana informasi tersebut mampu memenuhi kebutuhan informasi mereka dalam merencanakan studi lanjut ke luar negeri.

Akun Instagram @schoters dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki jumlah pengikut yang jauh lebih besar dibandingkan dengan akun serupa seperti @kobieducation dan @studev.co.id, sehingga menjangkau audiens yang lebih luas dan representatif. Kontennya bersifat edukatif dan komprehensif, mencakup informasi beasiswa, persiapan IELTS, dan panduan studi ke luar negeri. Selain itu, afiliasi dengan Ruangguru meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan pengikut terhadap informasi yang disampaikan dibandingkan dengan @kobieducation dan @studev.co.id yang berdiri secara independen. Aktivitas dan interaksi akun yang tinggi menjadikan @schoters sebagai platform yang efektif untuk meneliti persepsi pengikut terhadap kualitas informasi studi ke luar negeri.

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial menjadi topik penelitian yang menarik, terutama mengenai kualitas informasi khususnya dalam konteks Instagram sebagai platform penyebaran informasi. Safriana & Samatan (2022) meneliti pengaruh motif penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @Indozone.id terhadap kepuasan *followers* Generasi Z dalam memperoleh informasi. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa terdapat

pengaruh signifikan antara kualitas informasi dan kepuasan *followers*, dengan kualitas informasi (53,3%) menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna dalam mengakses informasi di media sosial. Sementara itu, penelitian Anggraeni & Hartanto (2023) pada akun Instagram @idvolunteering menyoroti bagaimana konten dan kualitas informasi dapat memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 18,7%. Penelitian lain oleh Wulandari & Husna (2016) yang menganalisis kualitas informasi akun Instagram online shop @dresscodesmg juga menemukan bahwa meskipun informasi yang disajikan dapat dipercaya, faktor konsistensi dan kelengkapan informasi masih menjadi kendala dalam memastikan kualitas informasi yang optimal bagi pengguna. Penelitian ini menyoroti pentingnya keakuratan, kelengkapan, serta format penyajian informasi dalam meningkatkan persepsi positif *followers* terhadap suatu akun Instagram.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas kualitas informasi di media sosial, kajian spesifik mengenai kualitas informasi akademik terkait *study abroad* di platform Instagram masih sangat terbatas. Saat ini, riset terkait kualitas informasi mengenai studi ke luar negeri (*study abroad*) yang disajikan melalui akun Instagram masih belum mendapatkan perhatian dalam penelitian akademik. Di sisi lain, kebutuhan informasi merupakan aspek penting dalam proses pencarian dan pemanfaatan informasi, khususnya bagi individu yang tengah merencanakan studi lanjut ke luar negeri. Namun, penelitian yang mengkaji hubungan antara kualitas informasi dengan kebutuhan informasi pengguna media sosial dalam konteks tersebut juga masih jarang ditemukan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menelusuri hubungan antara kualitas informasi tentang *study abroad* yang tersedia dalam akun Instagram @schoters dengan kebutuhan informasi pengikutnya.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam beberapa aspek utama. Penelitian ini berfokus secara spesifik pada analisis kualitas informasi terkait *study abroad* di Instagram, yang belum banyak dikaji dalam penelitian akademik sebelumnya. Kemudian penelitian ini turut melibatkan variabel kebutuhan informasi untuk

mengevaluasi sejauh mana kualitas informasi yang disajikan mampu memenuhi kebutuhan pengguna dalam konteks perencanaan studi ke luar negeri. Selain itu, penelitian ini melibatkan perspektif langsung dari *followers* akun Instagram @schoters, yang memungkinkan analisis lebih mendalam tentang bagaimana pengguna media sosial menilai dan memanfaatkan informasi akademik dalam pengambilan keputusan studi lanjut ke luar negeri.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai kontribusi media sosial dalam mendukung penyebaran informasi pendidikan, khususnya terkait studi ke luar negeri. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Hubungan Kualitas Informasi dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Studi Lanjut ke Luar Negeri (Studi Korelasional pada Pengikut Akun Instagram @schoters)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penelitian ini dirumuskan dalam dua rumusan masalah, yaitu rumusan masalah umum dan khusus.

1.2.1 Rumusan Masalah Umum

Apakah terdapat hubungan antara kualitas informasi pada akun Instagram @schoters dengan pemenuhan kebutuhan informasi studi lanjut ke luar negeri para pengikutnya?

1.2.2 Rumusan Masalah Khusus

Untuk menganalisis lebih lanjut rumusan masalah umum yang telah dikemukakan sebelumnya, penelitian ini merumuskan masalah khusus sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara dimensi waktu kualitas informasi akun Instagram @schoters dengan pemenuhan kebutuhan informasi studi lanjut ke luar negeri para pengikutnya?

2. Apakah terdapat hubungan antara dimensi isi kualitas informasi akun Instagram @schoters dengan pemenuhan kebutuhan informasi studi lanjut ke luar negeri para pengikutnya?
3. Apakah terdapat hubungan antara dimensi bentuk kualitas informasi akun Instagram @schoters dengan pemenuhan kebutuhan informasi studi lanjut ke luar negeri para pengikutnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan umum dan khusus.

1.3.1 Tujuan Umum

Mengetahui hubungan antara kualitas informasi pada akun Instagram @schoters dengan pemenuhan kebutuhan informasi studi lanjut ke luar negeri para pengikutnya.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mengetahui hubungan antara dimensi waktu kualitas informasi akun Instagram @schoters dengan pemenuhan kebutuhan informasi studi lanjut ke luar negeri para pengikutnya.
2. Mengetahui hubungan antara dimensi isi kualitas informasi akun Instagram @schoters dengan pemenuhan kebutuhan informasi studi lanjut ke luar negeri para pengikutnya.
3. Mengetahui hubungan antara dimensi bentuk kualitas informasi akun Instagram @schoters dengan pemenuhan kebutuhan informasi studi lanjut ke luar negeri para pengikutnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat penelitian yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, adapun hal tersebut adalah sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian di bidang ilmu perpustakaan dan informasi mengenai kualitas informasi dalam media sosial, khususnya dalam konteks penyebaran informasi edukatif terkait studi ke luar negeri. Temuan penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai bagaimana pengguna menilai efektivitas suatu platform dalam menyediakan informasi, apakah telah memenuhi kebutuhan informasinya atau tidak.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Pengelola Akun Instagram @schoters

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas informasi yang disajikan agar lebih akurat, relevan, dan mudah dipahami oleh *followers*, serta mengoptimalkan strategi komunikasi dan penyampaian konten berdasarkan dimensi waktu, isi, dan bentuk guna memenuhi kebutuhan audiens secara lebih efektif.

b. Bagi Lembaga Pendidikan dan Konsultan *Study Abroad*

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi lembaga pendidikan dan konsultan yang bergerak di bidang studi ke luar negeri dalam mengoptimalkan strategi penyampaian informasi melalui media sosial.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam pengembangan kajian terkait kualitas informasi di media sosial, khususnya dalam konteks pendidikan dan mobilitas akademik internasional. Hasil penelitian ini juga memungkinkan menjadi data untuk analisis lebih lanjut.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada pengkajian hubungan antara kualitas informasi dengan pemenuhan kebutuhan informasi studi lanjut ke luar negeri pada pengikut akun Instagram @schoters. Kualitas informasi dalam penelitian ini dianalisis melalui tiga dimensi utama menurut O'Brien & Marakas (2011), yaitu dimensi

waktu, dimensi isi, dan dimensi bentuk. Sedangkan pemenuhan kebutuhan informasi mengacu pada teori Uses and Gratifications Katz, Gurevitch, & Haas (1973) yang mencakup lima kategori kebutuhan, yaitu kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial, serta berkhayal.

Ruang lingkup materi penelitian dibatasi pada persepsi pengikut akun Instagram @schoters mengenai kualitas informasi yang dipublikasikan serta sejauh mana informasi tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka terkait studi lanjut ke luar negeri. Dengan demikian, penelitian ini tidak membahas aspek manajemen internal perusahaan, strategi bisnis, maupun faktor di luar kualitas konten Instagram @schoters. Dari sisi subjek, penelitian ini dibatasi pada pengikut aktif akun Instagram @schoters yang memiliki minat untuk studi lanjut ke luar negeri, serta mengetahui, membaca, atau mengakses konten terkait studi lanjut ke luar negeri.

Lokasi penelitian bersifat daring (*online*) karena pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner digital kepada responden yang merupakan pengikut akun Instagram @schoters. Waktu penelitian berlangsung pada semester genap tahun akademik 2024/2025, yakni mulai bulan Mei hingga Agustus 2025 mencakup tahap penyusunan instrumen, pengumpulan data, analisis, hingga penarikan kesimpulan.