

**PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @UMMCAMPUS  
TERHADAP PENGAKUAN MAHASISWA SEBAGAI KAMPUS INOVATIF  
(Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh

Nama : Santara Diaz Syahrani  
NIM : 202110040311251  
Dosen Pembimbing : M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
TAHUN 2024**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INTAGRAM @ummcampus  
TERHADAP PENGAKUAN MAHASISWA SEBAGAI KAMPUS INOVATIF  
(Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021)

Diajukan Oleh :

SANTARA DIAZ SYAHRANI

202110040311251

Telah disetujui

*Jum`at, 11 Juli 2025*

Pembimbing I



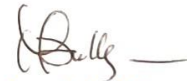
M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si

Wakil Dekan I



Najatuddin Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**SANTARA DIAZ SYAHRANI**  
**202110040311251**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
**L U L U S**  
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Jum'at, 11 Juli 2025  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si** (  )
2. **Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si** (  )
3. **M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si** (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan  Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Najamuddin Khairul Anjal, S.IP., M.Hub.Int.**



## BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Santara Diaz Syahrani  
NIM : 202110040311251  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Penelitian : PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ummcampus TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA KAMPUS SEBAGAI UNIVERSITAS YANG INOVATIF (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021)

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	T. Tangan
01/08/2024	Pengajuan Judul dan Latar Belakang	
14/08/2024	ACC BAB 1 - 3	
23/08/2024	Seminar Proposal	
11/12/2024	Konsultasi BAB 4	
12/02/2025	Revisi BAB 4	
12/03/2025	ACC BAB 4 dan Lanjut ke BAB 5	
23/04/2025	ACC Proposal Skripsi (BAB 1 - BAB 5)	
14/05/2025	Seminar Hasil	

Malang, 27 Juni 2025

Pembimbing

M. Himawan Sutanto, M.Si



Kampus I  
Jl. Darmas 1, Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 561 252 (Hunting)  
F. +62 341 660 435

Kampus II  
Jl. Pendidikan Sidam No.156, Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 561 139 (Hunting)  
F. +62 341 562 063

Kampus III  
Jl. Raya T. Widjaja No. 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 328 (Hunting)  
F. +62 341 463 435  
E. wibranost@umm.ac.id

# BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari 14 Mei 2025

Pukul 19.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Santara Diaz Syahrani
NIM	202110040311251
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @Ummcampus Terhadap Pembentukan Citra Kampus Sebagai Universitas Yang Inovatif (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021)
Pembimbing	M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si
Dosen Penguji 1	Budi Suprpto, M.Si, Ph.D.

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting  
Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 10 Mahasiswa  
(Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~

Malang, 14 Mei 2025

Dosen Pembimbing,

M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si

Dosen Penguji,

Budi Suprpto, M.Si, Ph.D.

Mengetahui,  
Kepala Seksi Studi Ilmu Komunikasi,



Nasrullah, M.Si



Kampus I  
Jl. Bawendang 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 255 (Hunting)  
F. +62 341 400 135

Kampus II  
Jl. Bawendang S. Jember No. 150 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 557 138 (Hunting)  
F. +62 341 582 660

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI



### DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama Lengkap	NIM	Instansi	Program Studi
1	Muhammad Yusuf Ragil Syah An Naas	202110040311224	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
2	Muhammad Rizaldy El-Ghaza	2020100403111256	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
3	Nur Indah Azura	202110040311266	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
4	Fany Amelia Putri Yuliana	202110040311253	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
5	Alvian Bagas Pratama Putra	202110040311272	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
6	Nabila Indar Ainur	202110040311271	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
7	Ritki Achmad Nur Gandhi Raditya	202110040311254	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
8	Zahda Aulia Efendi	202110040311281	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
9	Triasta Rizky Nugraha	202110040311238	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
10	Zeifur Rohman	202110040311270	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi

Malang, 14 Mei 2025  
Pembimbing,

M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si



**Kampus I**  
Jl. Burhan S. Sabir, Jember Timur  
P. +62 341 521 422 (Hunting)  
F. +62 341 469 435

**Kampus II**  
Jl. Pendidikan 35, Jember Barat, Jember Timur  
P. +62 341 521 440 (Hunting)  
F. +62 341 592 080

**Kampus III**  
Jl. R. A. Trijono No. 740 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 364 319 (Hunting)  
F. +62 341 433 435  
E. [webmaster@umm.ac.id](mailto:webmaster@umm.ac.id)

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL :  
PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ummcampus TERHADAP  
PEMBENTUKAN CITRA KAMPUS SEBAGAI UNIVERSITAS YANG INOVATIF (Studi Pada  
Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021)

Oleh:

Nama : Santara Diaz Syahrani

NIM : 202110040311251

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 27 Juni 2025

Pembimbing I/Promotor

M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si

NIP. 10303090397

(\* ) Coret yang tidak perlu



Kampus I

Jl. Sekeloa Timur Malang 65135  
Telp. 0341-2521800  
E-mail: info@umm.ac.id

Kampus II

Jl. Bontolung Malang 65135  
Telp. 0341-2521800  
E-mail: info@umm.ac.id

Kampus III

Jl. Pahlawan Veteran Jl. Sekeloa Timur 65135  
Telp. 0341-2521800  
E-mail: info@umm.ac.id

## HASIL PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : SANTARA DIAZ S.

NIM : 2021 -

Hasil Plagiasi :  $\frac{26}{6}$

BAB I	15			
BAB II	9			
BAB III	20			

$\frac{26}{6}$

BAB IV	14			
BAB V	11			
BAB VI				

Malang, 26 Juni 2021



Admin Plagiasi  
PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki

MALANG

# SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Santara Diaz Syahrani
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311251
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ummcampus TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA KAMPUS SEBAGAI UNIVERSITAS YANG INOVATIF (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 27 Juni 2025

Dosen Pembimbing

M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si



#### Kampus I

Jl. Banker, 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 25 2500 (malang)  
T. +62 341 67 100

#### Kampus II

Jl. Gedung Sate, Malang 688 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 501 139 (dianting)  
T. +62 341 502 000

#### Kampus III

Jl. Raya Tuguas, No. 345 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 414 219 (dianting)  
T. +62 341 451 455  
E. web@3561.um.ac.id

# SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/VI/2025



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Santara Diaz Syahrani  
NIM : 202110040311251  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan (8) tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 27 Juni 2025

a.n Dekan  
Ketua Program Studi



Kampus I  
Jl. Pahlawan 1, Malang - Jawa Timur  
T. +62 341 551 252 (paling)  
F. +62 341 866 137

Kampus II  
Jl. Bromberg, Malang - Jawa Timur  
T. +62 341 551 149 (paling)  
F. +62 341 551 660

Kampus III  
Jl. Raya Toeroean, Ng. 248, Malang - Jawa Timur  
T. +62 341 464 219 (paling)  
F. +62 341 463 414  
e. web@fkip.gum.ac.id

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## SURAT PERNYATAAN



Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Santara Diaz Syahrani  
NIM : 202110040311251  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ummcampus TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA KAMPUS SEBAGAI UNIVERSITAS YANG INOVATIF (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 27 Juni 2025

Yang Menyatakan,

  
METERAI TEMPEL  
2025/06/27/3337465  
Santara Diaz Syahrani



Kampus I

Jl. Babudan, 1 Malang, Jawa Timur  
P. 652 241 527 250 (Hingga)  
F. 021 311 661 337

Kampus II

Jl. Berkebang Selatan No.155-156, Malang, Jawa Timur  
P. 021 311 521 149 (Hingga)  
F. 021 311 520 600

Kampus III

Jl. Eka Widayana No. 140 Malang, Jawa Timur  
P. 021 311 464 118 (Hingga)  
F. 021 311 463 335  
E. webmaster@ummalang.ac.id

## ABSTRAK

### ABSTRAK

**Santara Diaz Syahrani, NIM 202110040311251, PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @UMMCAMPUS TERHADAP PENGAKUAN MAHASISWA SEBAGAI KAMPUS INOVATIF (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021)**

Dosen Pembimbing : Drs. M.Himawan Sutanto, M.Si

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terpopuler, telah mengubah lanskap komunikasi dengan kemampuannya menyajikan konten visual yang menarik dan mudah dicerna. Dalam konteks pendidikan tinggi, Instagram telah berevolusi dari sekadar platform berbagi foto menjadi alat strategis dalam membangun citra institusi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara terpaan konten Instagram @ummcampus terhadap pengakuan mahasiswa terhadap Universitas Muhammadiyah Malang sebagai kampus yang inovatif pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2021. Penelitian ini berpijak pada Teori Efek Media (Media Effect Theory) sebagai fondasi utama untuk memahami bagaimana konten-konten yang dipublikasikan melalui akun Instagram @ummcampus mampu memengaruhi proses terbentuknya pengakuan terhadap Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) sebagai institusi pendidikan tinggi yang inovatif. Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 16.447 dengan tingkat signifikansi sebesar  $< 0,001$ . Karena nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel ( $16.447 > 1.663$ ) pada tingkat signifikansi  $< 0,001$  atau kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa, variabel Terpaan Media Sosial Instagram @ummcampus memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Pengakuan Mahasiswa sebagai Kampus Inovatif.

*Kata Kunci : Pengaruh Terpaan, Terpaan Media, Instagram, Pengakuan*

Malang, 27 Juni 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



M. Himawan Sutanto, M.Si

Peneliti



Santara Diaz Syahrani

## KATA PENGANTAR

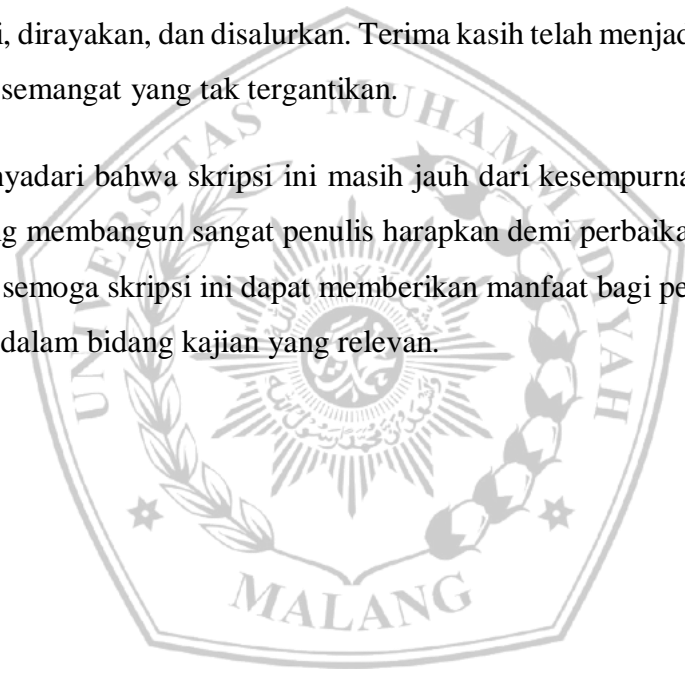
Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @UMMCAMPUS TERHADAP PENGAKUAN MAHASISWA SEBAGAI KAMPUS INOVATIF” (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021) sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, dengan limpahan rahmat dan petunjuk-Nya, serta anugerah kesehatan yang diberikan kepada saya, saya dapat menyelesaikan naskah tugas akhir skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya tercinta, Lucy Fatiarosida dan Khoirul Anam, tak lupa juga adik saya Dirgantara Dhaviz Al-Ghazali. Atas kasih sayang, doa, serta dukungan yang tak ternilai sepanjang perjalanan studi penulis.
3. Bapak Tasripin, Ibu Masamah, dan Bapak Budiono, selaku keluarga saya yang turut berperan besar dalam mendukung saya selama masa proses perkuliahan ini.
4. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan fasilitas guna kelancaran pembelajaran.
5. Bapak Muhammad Himawan Sutanto, M.Si, selaku dosen pembimbing utama, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi secara sabar selama proses penulisan skripsi ini.
6. Bapak Budi Suprpto, Ph.D, atas segala koreksi dan saran yang sangat berarti bagi penyempurnaan karya ini.
7. Seluruh dosen dan staf di Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membagikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman La Carte (Bagas, Rifky, Rizaldy, Triasta, Yusuf, Zeifur) dan Jeruk (Azura, Fanny, Nabila) yang telah menjadi *support system* dan membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini.

9. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Penulis juga ingin berterima kasih kepada buku buku yang menambah wawasan mengenai *self-improvement*, khususnya *A Gentle Reminder* dan *The 48 Laws of Power* yang telah menjadi teman perjalanan sekaligus penuntun perspektif selama proses penulisan skripsi ini. Di tengah tekanan dan pencarian arah, keduanya menawarkan keseimbangan. Kelembutan untuk tetap manusiawi, dan ketegasan untuk tetap maju.
11. Secara khusus, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Bring Me The Horizon, untuk musik yang telah menjadi teman sunyi selama proses pengerjaan skripsi ini. Lirik-lirik yang tidak hanya menemani malam-malam panjang yang melelahkan, tetapi juga menjadi pengingat bahwa emosi manusia dalam segala bentuknya berhak untuk diakui, dirayakan, dan disalurkan. Terima kasih telah menjadi pelarian yang sehat dan sumber semangat yang tak tergantikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi tambahan referensi dalam bidang kajian yang relevan.



Malang, 27 Juni 2025

Santara Diaz Syahrani

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR HADIR SEMINARHASIL SKRIPSI .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>HASIL PLAGIASI.....</b>	<b>viii</b>
<b>SURAT KETERANGAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>SURAT KETERANGAN.....</b>	<b>x</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat .....	3
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....</b>	<b>5</b>
2.1 Komunikasi Massa .....	5
2.2 Media Sosial.....	6

2.3 Terpaan Media Sosial .....	9
2.4 Konten Media Sosial .....	11
2.5 Instagram .....	12
2.6 Pengakuan Mahasiswa terhadap Kampus Inovatif.....	14
2.7 Landasan Teori.....	16
2.8 Definisi Konseptual .....	18
2.8.1 Terpaan Media Sosial Instagram.....	18
2.8.2 Pengakuan Mahasiswa Terhadap Kampus Inovatif.....	20
2.9 Definisi Operasional.....	23
2.10 Penelitian Terdahulu.....	25
2.11 Kerangka Berpikir .....	27
2.12 Hipotesis .....	29
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	30
3.2 Tipe dan Dasar Penelitian.....	30
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.4 Populasi dan Sampel.....	32
3.5 Skala Pengukuran.....	33
3.6 Uji Keabsahan Data.....	33
3.6.1 Uji Validitas .....	33
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.8 Uji Hipotesis .....	35
3.8.1 Uji Hipotesis t.....	35
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	37
4.1.1 Profil Akun Instagram Universitas Muhammadiyah Malang .....	37
4.1.2 Profil Mahasiswa Ilmu Komunikasi .....	38
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	39

4.2.1 Uji Validitas .....	40
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	41
4.3 Hasil Data dan Jawaban Responden.....	42
4.3.1 Variabel X (Terpaan Sosial Media Instagram @ummcampus) .....	42
4.3.2 Variabel Y (Pengakuan Mahasiswa sebagai Kampus Inovatif) .....	47
4.4 Hasil Analisis Data.....	51
4.5 Hasil Uji Hipotesis .....	52
4.6 Pembahasan dan Diskusi Teori .....	53
BAB 5 PENUTUP .....	59
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Saran.....	59



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram users in Indonesia by NapoleonCat. ....	1
Gambar 3. 1 Skala Likert .....	33
Gambar 3. 2 Rumus Uji Validitas.....	34
Gambar 3. 3 Rumus Regresi Linier Sederhana .....	35
Gambar 4. 1 Akun Instagram Universitas Muhammadiyah Malang .....	37
Gambar 4. 2 Uji Reliabilitas X .....	41
Gambar 4. 3 Reliabilitas Y .....	42
Gambar 4. 4 Hasil analisis koefisien regresi sederhana .....	52
Gambar 4. 5 Hasil Uji t .....	53
Gambar 4. 6 Regresi linier intensitas .....	54
Gambar 4. 7 Regresi Linier Frekuensi .....	55
Gambar 4. 8 Regresi Linier Durasi .....	55



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Definisi Operasional .....	24
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 4. 1 Frekuensi Responden.....	39
Tabel 4. 2 Uji Validitas .....	40
Tabel 4. 3 Hasil data sub variabel frekuensi.....	43
Tabel 4. 4 Hasil data sub-variabel durasi .....	45
Tabel 4. 5 Hasil data sub-variabel intensitas .....	46
Tabel 4. 6 Hasil data sub-variabel kognitif .....	48
Tabel 4. 7 Hasil data sub-variabel Afektif .....	49
Tabel 4. 8 Hasil data sub-variabel behavioral .....	51



## Daftar Pustaka

- McQuail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publication.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., Kelly, K., & et al, L. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 59 - 68.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2017). *Theories of Human Communication (11th ed.)*. Long Grove, IL: Waveland Press .
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.)*. New York, NY: Free Press.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Badri, M. (2011). *Komunikasi Pemasaran UMKM di Era Media Sosial*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis, Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.
- Severin, W. J., & Tankard, J. J. (2010). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. Bandung: Kencana.
- McQuail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.)*. London: SAGE Publication.
- Montoya, R. M., Horton, R. S., & Vevea, J. L. (2017). A re-examination of the mere exposure effect: The influence of repeated exposure.... *Psychological Bulletin*, 459–498.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Rowles, D. (2022). *Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics, Tools and Measurement*. London: Kogan Page.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Ltd.

- Peruta, A., & Shields, A. B. (2018). Marketing your university on social media: a content analysis of Facebook post types and formats. *Journal of Marketing for Higher Education*, 175–191.
- Napoleoncat. (2023, 09). Retrieved from Social Media Users in Indonesia – September 2023.: <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-indonesia/2023/09>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Jefkins, F. (2018). *Public Relations*. London: Routledge.
- Wasesa, S. A. (2005). *Political Branding & Public Relations: Memenangkan Hati Publik dalam Perebutan Kekuasaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Adawiyah, J. R., Hafiar, H., & Budiana, H. R. (2023). Optimalisasi kualitas web dalam meningkatkan citra dan reputasi perguruan tinggi. *Koneksi*, 515–531.
- INTIMedia. (2023, 05 15). *APJII releases updated internet user profile data for Indonesia, calls for collaborative efforts to expand internet access*. Retrieved from INTI Media: <https://intimedia.id/read/apjii-releases-updated-internet-user-profile-data-for-indonesia-calls-for-collaborative-efforts-to-expand-internet-access>
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2012). *Mass communication theory: foundations, ferment, and future (6th ed.)*. Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.
- West, R. L., & Turner, L. H. (2018). *Introducing communication theory: analysis and application (6th ed.)*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 176–187.
- Ardianto, E. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (edisi revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kriyantono, R. (2020). *Metode Riset Komunikasi (edisi revisi)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Zahara, F. N., Effendi, R., & Sukmayadi, V. (2020). The Effect of Instagram Influencers' Content Exposure on the Motivation for Online Self-Disclosing. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*.
- Jefkins, F. (2018). *Public Relations*. London: Routledge.
- Adhiarso, D. S., & Suyanto, M. (2018). Media Literacy and Social Media Usage Analysis in Communication and Non-Communication Students of University of AMIKOM Yogyakarta. *Informasi*, 229–242.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2018). *Mass communication theory: foundations, ferment, and future (6th ed.)*. Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas (Edisi 4)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Priyatno, D. (2013). *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Pramudya, A., & Widyantoro, A. (2021). Fenomena Pemberitaan Informasi Keamanan Aplikasi TikTok di Media Online dalam Pemakaian Aplikasi TikTok. *Communications*, 138–148.
- Depdikbud. (2022). *Laporan Inovasi Perguruan Tinggi di Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Severin, W. J. (2010). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. New York: Longman.
- Wasesa, R. N. (2005). *Strategi Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (Edisi ke-5)*. New York: Free Press.