

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Sebelumnya

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas bagaimana media sosial, khususnya Instagram, dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi kepada publik serta membentuk kepuasan pengguna. Fokus utama dari berbagai studi tersebut umumnya mencakup variabel kualitas informasi, sistem, layanan, dan konten. Keempat aspek ini juga digunakan dalam penelitian ini untuk menilai kualitas media sosial Instagram @kkacmuajy dalam perannya sebagai penyebar informasi karier bagi alumni Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY).

Penelitian pertama dilakukan oleh Luqman Aziz Fathoni dan Dr. Fajar Junaedi (2025) yang menganalisis pengaruh kualitas konten terhadap kepuasan *followers* akun Instagram @barkas.ums. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teori *Uses and Gratification*. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas konten berada dalam kategori sedang, dengan skor rata-rata 48,32 dan tingkat kepuasan *followers* juga berada pada kategori sedang dengan skor 32,99. Namun demikian, terdapat pengaruh signifikan antara keduanya, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,484 dan koefisien determinasi sebesar 37,8%. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin berkualitas suatu konten, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan *followers* terhadap akun tersebut [12].

Penelitian kedua oleh R. Ismira Febrina, Ummu Salamah, dan Gina Sakinah (2024) yang menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif terhadap akun Instagram @Infogarut. Penelitian ini menyoroti pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna Instagram, khususnya dalam aspek akurasi (56,1%) dan ketepatan waktu (49,8%), relevansi (6,62%) dan kelengkapan (5,57%). Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas informasi merupakan determinan utama dalam membentuk kepuasan

pengguna media sosial, terlebih dalam konteks penyampaian informasi lokal berbasis komunitas [13].

Penelitian ketiga oleh Irna Anggraeni dan Eko Hartanto (2023) menganalisis pengaruh konten dan kualitas informasi pada akun Instagram @idvolunteering terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Menggunakan teori *Uses and Effect* dan metode kuantitatif, ditemukan bahwa konten yang menarik dan informasi yang akurat serta relevan dapat secara signifikan membantu pengguna dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Penelitian ini memperkuat pentingnya konten berkualitas dalam konteks kerelawanan dan partisipasi komunitas [14].

Penelitian keempat oleh Shinta Emalia, Siti Marya Ulva, Yuliana, dan Maria Rosario Borroek (2023) menggunakan metode *E-Servqual* untuk menganalisis kualitas layanan akun Instagram Universitas Dinamika Bangsa. Penelitian ini menggunakan tujuh dimensi layanan *digital*, yakni *Efficiency*, *Fulfillment*, *System Availability*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Compensation* dan *Contact*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tujuh dimensi layanan *digital* tersebut, empat dimensi yaitu *Efficiency*, *Privacy*, *Compensation*, dan *Contact* memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sementara tiga lainnya tidak. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan *digital* yang mencakup responsif, keamanan, dan kemudahan akses menjadi krusial bagi institusi pendidikan dalam mengelola media sosial sebagai sarana informasi [15].

Penelitian kelima dilakukan oleh Ryan Gerry Patalo, Ike Kusdyah Rachmawati, Stella Alvianna, dan Syarif Hidayatullah (2021) dengan objek akun Instagram @bbtnbromotenggersemeru milik Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan metode *explanatory research*, dengan data diperoleh dari 398 responden melalui kuesioner *online*. Hasilnya menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Faktor seperti kemudahan penggunaan (*ease of use*), kecepatan akses (*response time*), keandalan sistem (*reliability*), serta akurasi dan relevansi informasi

menjadi faktor penentu utama dalam membentuk kepuasan pengguna Instagram sebagai sistem informasi pariwisata [16].

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah membahas peran kualitas konten, informasi, sistem, dan layanan dalam membentuk kepuasan pengguna media sosial, belum ada penelitian yang secara khusus meneliti akun Instagram @kkacmuajy sebagai bagian dari layanan informasi karier institusi pendidikan tinggi. Sebagian besar fokus penelitian sebelumnya cenderung diarahkan pada akun media publik, komunitas, atau lembaga pemerintahan, bukan pada akun kampus yang memiliki fungsi krusial dalam mendukung proses transisi alumni ke dunia kerja.

Dalam penelitian ini, digunakan lima variabel yang diadaptasi dari Model Kesuksesan Sistem Informasi *DeLone & McLean*, yaitu: kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, dan kepuasan pengguna. Model tersebut tidak diterapkan secara utuh, tetapi hanya diambil variabel-variabelnya karena dinilai relevan untuk menganalisis kualitas media sosial dalam konteks penyebaran informasi karier melalui akun Instagram.

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Tujuan	Metode	Hasil
1	Luqman Aziz Fathoni, Fajar Junaedi	Pengaruh Kualitas Konten Instagram Terhadap Kepuasan <i>Followers</i> Akun Instagram @barkas.ums	2025	Untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas konten @barkas.ums, tingkat kepuasan <i>followers</i> , dan pengaruh kualitas konten @barkas.ums terhadap kepuasan <i>followers</i> .	Kuantitatif, <i>Uses and</i> <i>Gratification</i> .	Tingkat kualitas konten @barkas.ums berada pada kategori sedang dengan skor 48,32 dengan frekuensi 82, persentase 68,33% dan tingkat kepuasan <i>followers</i> berada pada kategori sedang dengan skor 32,99, frekuensi 84, persentase 70%. Terdapat pengaruh kualitas konten terhadap kepuasan informasi <i>followers</i> Instagram, dibuktikan dari koefisien regresi sebesar 0,484 dengan nilai t sebesar 8,469 dan koefisien determinasi sebesar 37,8%.
2	R. Ismira Febrina, Ummu Salamah, Gina Sakinah	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial	2024	Untuk menjelaskan pengaruh kualitas informasi terhadap	Studi deskriptif dengan	Kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan. Pengaruh kualitas informasi terhadap

				kepuasan pengguna media sosial.	pendekatan kuantitatif.	kepuasan pengguna media sosial instagram pada akun @Infogarut tergolong cukup kuat pada aspek akurat, tepat pada waktunya, relevan lengkap. maka, besar pengaruh kualitas informasi terhadap dimensi Akurat sebesar 56,1%, tepat pada waktunya sebesar 49,8%, relevan sebesar 6,62, lengkap sebesar 5,57%.
3	Irna Anggraeni, Eko Hartanto	Pengaruh Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram @idvolunteering Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Followers</i> .	2023	Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten dan kualitas informasi pada akun Instagram @idvolunteering terhadap pemenuhan kebutuhan informasi <i>followers</i> .	Kuantitatif, <i>Uses and Effect</i> .	Terdapat pengaruh yang signifikan antara konten dan kualitas informasi pada akun Instagram @idvolunteering terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

4	Shinta Emalia, Siti Marya Ulva, Yuliana, Maria Rosario Borroek	Analisis Kualitas Layanan Instagram Universitas Dinamika Bangsa Sebagai Media Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode E- <i>Servqual</i>	2023	Untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan pada akun Instagram Unama dalam memberikan informasi, serta untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pengguna instagram terhadap kualitas layanan akun Instagram Unama.	Kuantitatif, E- <i>Service</i> <i>Quality</i> (E- <i>ServQual</i>)	Dari 7 Variabel <i>E-Servqual</i> , terdapat 4 variabel yaitu <i>Efficiency</i> , <i>Privacy</i> , <i>Compensation</i> , dan <i>Contact</i> yang secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Instagram terhadap kualitas layanan dari akun Instagram Universitas Dinamika Bangsa, dan 3 Variabel yaitu <i>Fulfillment</i> , <i>System Availability</i> , <i>Responsiveness</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
5	Ryan Gerry Patalo, Ike Kusdyah Rachmawati, Stella Alvianna,	Analisis Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sosial Media Instagram Pada Akun @bbtnbromotenggersemeru	2021	Untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna	Kuantitatif deskriptif dengan pendekatan	Kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Instagram @bbtnbromotenggersemeru. Semakin berkualitas sistem Instagram

	Syarif Hidayatullah			media sosial Instagram, khususnya pada akun resmi Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (@bbtnbromotenggersemeru).	explanatory research.	@bbtnbromotenggersemeru, maka kualitas sistem yang disediakan akan meningkatkan perasaan puas para pengguna Instagram @bbtnbromotenggersemeru.
--	---------------------	--	--	--	-----------------------	--

2.2 Dasar Teori

2.2.1 Media Sosial

Media sosial adalah *platform digital* yang memungkinkan pengguna saling berinteraksi, berbagi informasi, serta membentuk jejaring sosial secara daring. Melalui media sosial, informasi dapat tersebar dengan cepat, fleksibel, dan bersifat dua-arah. Penelitian yang dilakukan oleh Faturtama & Abidin (2023) menunjukkan bahwa media sosial digunakan secara luas sebagai sumber informasi awal bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, memfasilitasi akses informasi secara praktis dan efisien [17]. Sementara itu, Ikbali dan Saugadi (2025) menemukan bahwa penggunaan media sosial di lingkungan perguruan tinggi mampu meningkatkan interaksi akademik, memperkuat komunikasi antara mahasiswa dan dosen, serta memfasilitasi kolaborasi dalam diskusi dan tugas secara daring, tanpa batasan geografis. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi sosial, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam berbagai konteks, seperti pendidikan, penyebaran informasi akademik, hingga layanan karier dan alumni [18].

2.2.2 Instagram

Instagram adalah *platform* media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video. Seiring perkembangannya, Instagram telah menambahkan berbagai fitur yang meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna. Fitur-fitur tersebut meliputi:

- *Stories*: Konten sementara yang bertahan selama 24 jam, memungkinkan pengguna untuk berbagi momen secara *real-time*.
- *Reels*: Video pendek yang memungkinkan pengguna mengekspresikan kreativitas mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas.
- *IGTV*: Fitur untuk mengunggah video berdurasi panjang, cocok untuk konten yang lebih mendalam.
- *Live Streaming*: Siaran langsung yang memungkinkan interaksi *real-time* antara pengguna dan pengikutnya.
- *Direct Message (DM)*: Fitur pesan pribadi untuk komunikasi langsung antar pengguna.

- *Hashtags* dan *Geotagging*: Alat untuk meningkatkan visibilitas konten berdasarkan topik atau lokasi tertentu.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Muchamad Nabil (2021), penggunaan fitur-fitur seperti *filter*, *caption*, *hashtags*, dan *polling* dalam Instagram *Stories* sangat erat kaitannya dengan upaya pemilik akun dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan audiens melalui media sosial [19].

Selain itu, penelitian oleh Badie Uddin, Maharani, dan Baren (2024) menunjukkan bahwa fitur-fitur Instagram seperti *Stories*, *IGTV*, *Reels*, dan *Direct Messages* secara signifikan meningkatkan efektivitas komunikasi antar pengguna. Mereka menemukan bahwa fitur-fitur ini mampu meningkatkan keterlibatan audiens, menyampaikan pesan dengan lebih visual dan kreatif, serta memfasilitasi berbagi informasi secara langsung. Khususnya, fitur *Stories* dan *Direct Messages* terbukti efektif dalam membangun hubungan personal dan interaksi dua arah yang lebih intens [20].

2.2.3 Penyebaran Informasi Karier

Penyebaran informasi karier merupakan proses penting dalam membantu individu memahami dan memilih jalur karier yang sesuai dengan minat dan kemampuan mereka. Menurut Lindiawati (2021), layanan informasi karier yang efektif dapat menumbuhkan minat siswa untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, meskipun di masa pandemi. Strategi yang digunakan meliputi penyediaan brosur dan pemberian motivasi kepada peserta didik, yang terbukti meningkatkan pemahaman mereka tentang peluang pendidikan lanjutan [21].

Selain itu, penelitian oleh Siska (2020) menunjukkan bahwa penerapan layanan informasi karier dapat membantu peserta didik dalam menentukan jurusan yang sesuai dengan kemampuan mereka. Layanan ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pilihan karier yang tersedia, sehingga siswa dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi mengenai masa depan pendidikan dan pekerjaan mereka [22].

2.2.4 Kualitas Media Sosial

Kualitas media sosial terdiri dari tiga aspek utama yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan. Kualitas sistem mencakup kemudahan penggunaan, kecepatan akses, dan stabilitas *platform* media sosial yang digunakan. Sistem yang

responsif dan mudah diakses akan meningkatkan kenyamanan pengguna dalam berinteraksi dan memperoleh informasi. Sedangkan kualitas informasi berkaitan dengan akurasi, relevansi, kelengkapan, dan ketepatan waktu informasi yang disajikan melalui media sosial. Informasi yang berkualitas tinggi akan memenuhi kebutuhan pengguna secara efektif dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap media sosial tersebut. Terakhir, kualitas layanan meliputi responsivitas, kecepatan tanggapan, serta kemampuan media sosial dalam memberikan dukungan dan interaksi yang memuaskan bagi pengguna. Ketiga aspek ini saling berkaitan dan bersama-sama memengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dan informasi [23].

2.2.5 Model DeLone & McLean dalam Konteks Penelitian

Model keberhasilan sistem informasi *DeLone* dan *McLean* (2003) merupakan kerangka konseptual yang digunakan secara luas untuk mengevaluasi keberhasilan suatu sistem informasi, termasuk *platform digital* seperti media sosial. Model ini terdiri dari enam komponen utama, yaitu:

- Kualitas Sistem mengacu pada kinerja teknis dari sistem informasi, termasuk kemudahan penggunaan, kecepatan akses, keandalan, fleksibilitas fitur, dan keamanan.
- Kualitas Informasi merujuk pada isi dari informasi yang disajikan, yang dinilai dari aspek akurasi, relevansi, kelengkapan, keterbaruan, dan kemudahan dipahami.
- Kualitas Layanan mencerminkan sejauh mana dukungan teknis atau interaksi yang diberikan kepada pengguna, misalnya responsivitas admin dan ketersediaan bantuan saat dibutuhkan.
- Penggunaan menggambarkan tingkat keterlibatan pengguna dalam memanfaatkan sistem.
- Kepuasan Pengguna mencerminkan evaluasi subjektif pengguna terhadap pengalaman mereka saat menggunakan sistem.
- Manfaat Bersih menjelaskan dampak akhir dari penggunaan sistem, baik secara individu maupun organisasi [24].

Dalam penelitian ini, hanya empat variabel yang digunakan, yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, dan kepuasan pengguna. Variabel penggunaan dan manfaat bersih tidak digunakan karena tidak menjadi fokus utama penelitian. Penelitian ini berfokus pada bagaimana tiga dimensi kualitas dari akun Instagram @kkacmuajy memengaruhi kepuasan pengguna, khususnya alumni yang menggunakan akun tersebut untuk mendapatkan informasi lowongan pekerjaan.

Dengan demikian, kerangka teori dalam penelitian ini mengacu pada sebagian model *DeLone* dan *McLean*, di mana kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan berperan sebagai variabel independen yang dianalisis pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna sebagai variabel dependen. Pemilihan variabel ini didasarkan pada relevansinya dalam mengevaluasi kualitas layanan informasi karier melalui media sosial, serta untuk mengetahui aspek mana yang paling menentukan tingkat kepuasan alumni terhadap akun Instagram @kkacmuajy.

2.2.6 Kantor Kemahasiswaan, Alumni dan Campus Ministry

Kantor Kemahasiswaan, Alumni, dan *Campus Ministry* (KKACM) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan mahasiswa. KKACM bertanggung jawab atas berbagai program, termasuk pengembangan intelektualitas, spiritualitas, kepribadian, religiusitas, dan solidaritas. Kantor ini juga mengelola kegiatan kemahasiswaan seperti inisiasi universitas, pelatihan kepemimpinan, latihan dasar kepribadian mahasiswa, pengelolaan unit kegiatan mahasiswa (UKM), serta pengelolaan beasiswa [8].

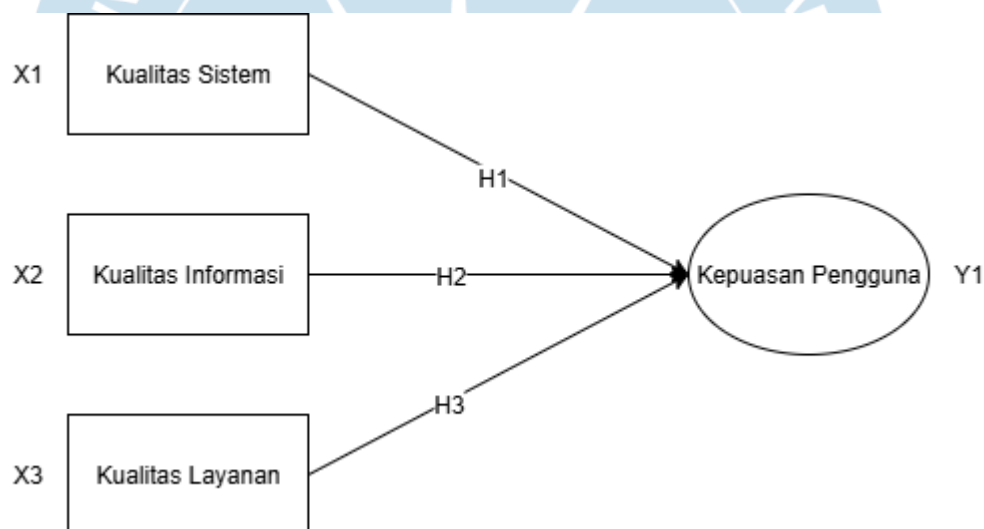
Selain itu, KKACM berperan dalam pengembangan *soft skills* dan kepemimpinan mahasiswa, serta aspek kerohanian melalui reksa pastoral, seperti perayaan ekaristi di kampus, retreat mahasiswa dan karyawan, serta layanan konseling oleh suster dan romo. Dengan peran multifaset ini, KKACM berfungsi sebagai motivator bagi mahasiswa dan karyawan UAJY, mendukung peningkatan diri dan pengembangan karakter seluruh anggota komunitas akademik [25].

2.2.7 Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah suatu metode analisis statistik yang digunakan untuk mengukur hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Model ini digunakan ketika peneliti ingin mengetahui seberapa

besar pengaruh simultan dari beberapa faktor terhadap suatu variabel hasil. Setiap variabel independen diasumsikan memiliki hubungan linear terhadap variabel dependen, dan kontribusi masing-masing variabel diukur melalui koefisien regresi yang menunjukkan arah serta kekuatan pengaruhnya [26].

Dalam penerapannya, regresi linear berganda memiliki sejumlah asumsi dasar yang harus dipenuhi agar hasil analisis valid. Beberapa di antaranya meliputi: residual harus berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan hubungan antar variabel harus bersifat linear. Selain itu, data yang digunakan juga harus bebas dari autokorelasi, terutama jika data bersifat runtut waktu. Pemenuhan asumsi-asumsi ini penting agar model regresi dapat digunakan sebagai alat prediksi yang andal serta memberikan interpretasi yang akurat terhadap hubungan antar variabel [27].



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Kualitas Sistem dan Kepuasan Pengguna

Kualitas sistem, menurut model *DeLone* dan *McLean* (2003), adalah sejauh mana sistem informasi memiliki karakteristik teknis yang baik, seperti kemudahan penggunaan, keandalan, fleksibilitas, keamanan, dan waktu tanggap yang cepat. Kualitas ini mencerminkan kemampuan teknis sistem dalam mendukung kebutuhan pengguna

[28]. Dalam konteks penelitian ini, kualitas sistem didefinisikan sebagai persepsi alumni terhadap kemudahan penggunaan, kecepatan akses, keandalan, fleksibilitas, dan keamanan akun Instagram @kkacmuajy sebagai media penyampaian informasi lowongan kerja. Sistem yang memiliki kualitas tinggi akan memudahkan alumni dalam menjelajahi konten, memahami informasi, serta mengakses layanan secara efisien dan nyaman.

Penelitian Ryan Gerry Patalo et al. (2021) mendukung hal ini dengan menunjukkan bahwa kualitas sistem pada akun Instagram @bbtnbromotenggersemeru, yang meliputi kemudahan dipelajari, kecepatan akses, dan keandalan sistem, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian tersebut menegaskan bahwa semakin berkualitas sistem Instagram yang digunakan, semakin tinggi kepuasan pengguna yang diperoleh [16]. Selain itu, penelitian lain pada akun Instagram @Netflixid juga mengonfirmasi bahwa kualitas sistem merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengguna media sosial Instagram, di mana performa sistem yang handal dan responsif meningkatkan pengalaman pengguna secara signifikan [23]. Oleh karena itu, peningkatan kualitas sistem pada Instagram @kkacmuajy diharapkan dapat meningkatkan kepuasan alumni dalam mengakses informasi lowongan pekerjaan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis berikut dapat dibentuk:

H1: Kualitas sistem memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna Instagram @kkacmuajy.

2.3.2 Kualitas Informasi dan Kepuasan Pengguna

Kualitas informasi, menurut model *DeLone* dan *McLean* (2003), merujuk pada sejauh mana isi informasi yang disediakan oleh sistem informasi memiliki atribut seperti akurasi, relevansi, kelengkapan, kejelasan, dan ketepatan waktu. Kualitas ini menilai seberapa baik informasi tersebut dapat mendukung kebutuhan pengguna dalam pengambilan keputusan atau pencarian informasi [28]. Dalam konteks penelitian ini, kualitas informasi didefinisikan sebagai sejauh mana informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @kkacmuajy dianggap sesuai dengan kebutuhan pencari kerja, lengkap, relevan dengan latar belakang pendidikan, mudah dipahami, dan selalu diperbarui.

Informasi yang berkualitas diyakini mampu memenuhi kebutuhan alumni sebagai pencari kerja dan memberikan pengalaman informasi yang memuaskan, sehingga berdampak pada peningkatan kepuasan pengguna terhadap layanan informasi karier.

Penelitian pada akun Instagram @infogarut mendukung hal ini dengan menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan pengaruh terbesar pada aspek akurat (56,1%), tepat waktu (49,8%), relevan (6,62%), dan lengkap (5,57%) [13]. Penelitian lain pada akun Instagram @Indozone.id menguatkan temuan ini dengan hasil bahwa kualitas informasi berpengaruh parsial dan simultan terhadap kepuasan *followers* generasi Z, dengan koefisien determinasi sebesar 53,3% yang menunjukkan pengaruh kuat kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna [29]. Oleh karena itu, peningkatan kualitas informasi pada Instagram @kkacmuajy diharapkan dapat meningkatkan kepuasan alumni dalam mengakses informasi lowongan pekerjaan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis berikut dapat dibentuk:

H2: Kualitas informasi memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna Instagram @kkacmuajy.

2.3.3 Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna

Kualitas layanan, menurut model *DeLone* dan *McLean* (2003), merujuk pada tingkat dukungan layanan yang diberikan oleh penyedia sistem informasi, yang mencakup keandalan, tanggapan yang cepat, empati, dan kemampuan komunikasi dalam melayani pengguna. Kualitas layanan mencerminkan interaksi manusia atau organisasi di balik sistem dalam mendukung kebutuhan pengguna secara efektif [28]. Dalam konteks penelitian ini, kualitas layanan didefinisikan sebagai persepsi alumni terhadap bagaimana akun Instagram @kkacmuajy memberikan layanan informasi karier secara tepat waktu, menarik secara visual, dan interaktif melalui fitur komentar, *Direct Message (DM)*, maupun sesi tanya jawab. Layanan yang berkualitas diyakini dapat menciptakan pengalaman pengguna yang positif, meningkatkan kenyamanan dalam memperoleh informasi, serta berdampak langsung pada kepuasan pengguna terhadap *platform* tersebut.

Hal ini didukung oleh berbagai studi yang menunjukkan hubungan serupa pada *platform* Instagram dan media sosial lainnya. Penelitian pada akun Instagram Universitas Dinamika Bangsa (UNAMA) menggunakan metode *E-ServQual* menemukan bahwa dimensi kualitas layanan *online* seperti efisiensi, responsivitas, dan ketersediaan sistem berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Instagram [15]. Selain itu, penelitian kuantitatif pada pengguna Instagram menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh langsung dan positif terhadap kepercayaan dan kepuasan pelanggan, yang kemudian berdampak pada loyalitas pelanggan [30]. Penelitian pada toko buku *online* juga mengonfirmasi bahwa kualitas layanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui media sosial Instagram [31]. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan pada Instagram @kkacmuajy diharapkan dapat meningkatkan kepuasan alumni dalam mengakses informasi lowongan pekerjaan. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis berikut dapat dirumuskan:

H3: Kualitas layanan memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna Instagram @kkacmuajy.