

Hubungan fitur media digital dengan kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi program mobilitas internasional ITB

The relationship between digital media features and student satisfaction in accessing information on ITB's international mobility program

Syifa Fauziah Musyafa*, Agus Rahmat, Efi Fadilah

Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Bandung Sumedang KM. 21, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat, 45363, Indonesia.

*Correspondence should be addressed to Syifa Fauziah Musyafa; syifa23018@mail.unpad.ac.id

Paper received: 12-01-2026; revised: 30-03-2026; accepted: 25-04-2026; published: 30-04-2026

Keywords

Digital media features
Student satisfaction
Uses and Gratifications 2.0
MAIN Model
International mobility information

Kata Kunci

Fitur media digital
Kepuasan mahasiswa
Uses and Gratifications 2.0
Model MAIN
Informasi mobilitas internasional

Abstract

This study intends to analyze the relationship between digital media features and students' satisfaction in accessing information about international mobility programs at Institut Teknologi Bandung. This research is grounded in Uses and Gratifications 2.0, particularly in the MAIN model in which it explains that digital media affordances involving modality, agency, interactivity, and navigability plays a role as sources of user gratification in new media environments. A quantitative approach was applied using a survey method involving ITB students who had accessed information about international mobility programs through IRO ITB digital platforms. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through descriptive statistics. The findings indicate that digital media features are associated with students' satisfaction in accessing institutional mobility information. More specifically, the findings suggest that clear information presentation, user control, interactive features, and ease of navigation are important aspects in enhancing students' satisfaction with digital information services.

Abstrak

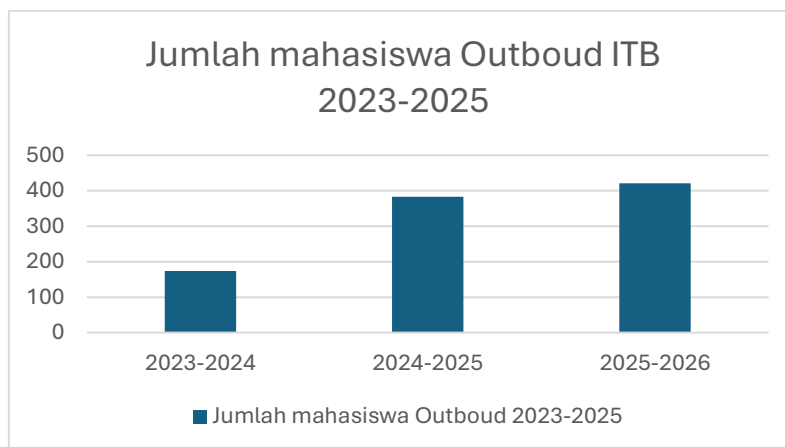
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara fitur media digital dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi mengenai program mobilitas internasional di Institut Teknologi Bandung. Penelitian ini berlandaskan pada Uses and Gratifications 2.0, khususnya MAIN Model, yang menjelaskan bahwa affordances media digital yang meliputi modality, agency, interactivity, dan navigability berperan sebagai sumber gratifikasi pengguna dalam lingkungan media baru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan mahasiswa ITB yang pernah mengakses informasi mengenai program mobilitas internasional melalui platform digital IRO ITB. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert dan dianalisis melalui statistik deskriptif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa fitur media digital berhubungan dengan kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi mobilitas institusional. Secara lebih spesifik, temuan penelitian menunjukkan bahwa kejelasan penyajian informasi, kendali pengguna, fitur interaktif, dan kemudahan navigasi merupakan aspek penting dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa terhadap layanan informasi digital.

1. Pendahuluan

Internasionalisasi perguruan tinggi menjadi salah satu genda strategis dalam pengembangan pendidikan tinggi kontemporer karena berkaitan dengan peningkatan daya saing global, kualitas akademik, reputasi institusi, serta perluasan jejaring internasional. Dalam konteks pendidikan tinggi, internasionalisasi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas kerja sama antaruniversitas, tetapi juga sebagai proses integrasi dimensi internasional, interkultural, dan global ke dalam fungsi utama perguruan tinggi, baik dalam pendidikan, penelitian, maupun pengabdian kepada masyarakat (De Wit, 2020). Perguruan tinggi diharapkan tidak hanya unggul secara lokal dan nasional, tetapi juga mampu membangun konektivitas akademik secara

global melalui kerja sama kelembagaan, kolaborasi riset, atau mobilitas akademik. Dalam kerangka tersebut, pemeringkatan internasional turut menjadi salah satu acuan yang digunakan untuk melihat posisi dan daya saing perguruan tinggi. Hazelkorn (2015) memaparkan bahwa pemeringkatan internasional berfungsi sebagai tolok ukur bagi universitas, pemerintah, dan calon mahasiswa dalam menilai posisi relatif suatu institusi di tingkat global. Goglio (2016) pun menegaskan bahwa pemeringkatan perguruan tinggi tidak hanya berfungsi sebagai instrumen evaluatif, tetapi juga dapat memengaruhi arah strategi internasionalisasi institusi. Oleh karena itu, internasionalisasi tidak lagi dapat dipandang sebagai agenda pelengkap, melainkan menjadi bagian dari strategi institusional dalam memperkuat kualitas, reputasi, dan keterhubungan global perguruan tinggi.

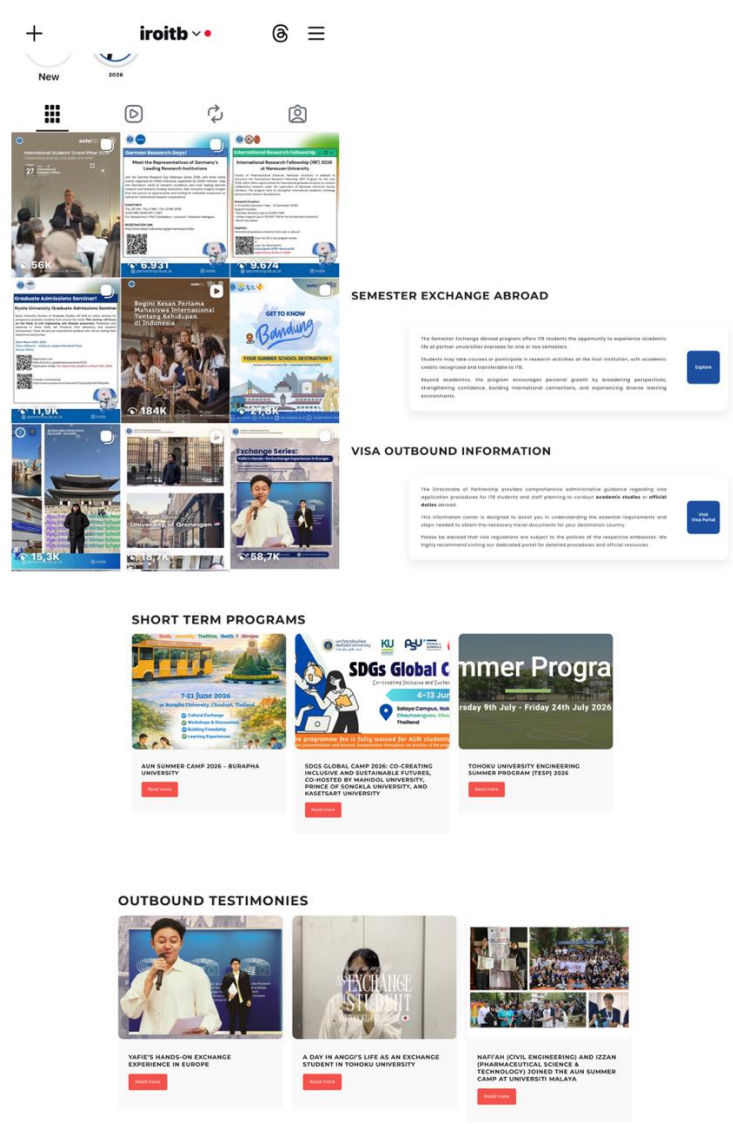
Salah satu bentuk internasionalisasi perguruan tinggi adalah mobilitas mahasiswa. Program mobilitas internasional, seperti semester exchange, short program, summer program, research exchange, dan kegiatan akademik lintas negara lainnya, memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman belajar dalam lingkungan akademik internasional. Mobilitas mahasiswa tidak hanya memperluas wawasan global, tetapi juga mendukung pengembangan kompetensi lintas budaya, kemampuan adaptasi, jejaring akademik, serta kesiapan mahasiswa menghadapi dunia kerja dan masyarakat global. Oleksiyenko et al. (2021) menjelaskan bahwa mobilitas mahasiswa merupakan salah satu bentuk operasional internasionalisasi yang berkontribusi terhadap penguatan reputasi dan jejaring akademik universitas. Dengan demikian, mobilitas mahasiswa dapat dipahami sebagai praktik internasionalisasi yang berdampak pada level individu mahasiswa sekaligus pada level kelembagaan perguruan tinggi. Meskipun mobilitas internasional memiliki nilai strategis, partisipasi mahasiswa dalam program tersebut tidak selalu berjalan optimal. López-Duarte et al. (2021) menjelaskan bahwa tantangan utama dalam mobilitas mahasiswa internasional tidak hanya berkaitan dengan faktor struktural, seperti biaya, kesiapan akademik, persyaratan administratif, dan dukungan institusional, tetapi juga berkaitan dengan keterbatasan informasi dan belum optimalnya komunikasi antara universitas dan mahasiswa. Di Institut Teknologi Bandung (ITB), program mobilitas internasional dikelola oleh International Relations Office ITB sebagai unit yang memfasilitasi kerja sama internasional, pertukaran mahasiswa, serta penyebaran informasi mengenai peluang mobilitas akademik. Data IRO ITB menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa outbound mengalami peningkatan dalam tiga tahun terakhir, yaitu dari 174 mahasiswa pada tahun akademik 2023–2024, meningkat menjadi 383 mahasiswa pada tahun akademik 2024–2025, dan kembali meningkat menjadi 421 mahasiswa pada tahun akademik 2025–2026 (Gambar 1). Namun, apabila dibandingkan dengan jumlah keseluruhan mahasiswa ITB, angka tersebut masih relatif terbatas. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah peserta mobilitas internasional perlu didukung oleh strategi komunikasi informasi yang mampu menjangkau mahasiswa secara lebih efektif.



Gambar 1. Perkembangan Jumlah Mahasiswa *Outbound* ITB Tahun Akademik 2023-2025
(Sumber: International Relations Office ITB, 2025)

Dalam perkembangan komunikasi digital, media digital menjadi sarana penting bagi perguruan tinggi untuk menyampaikan informasi kepada mahasiswa. Media digital tidak lagi hanya berfungsi sebagai kanal distribusi informasi, tetapi juga menjadi ruang bagi pengguna untuk mencari, memilih, menilai, membagikan, dan menindaklanjuti informasi. Jenkins (2006) menjelaskan bahwa media baru memungkinkan audiens

untuk berpartisipasi secara lebih aktif dalam proses komunikasi, sedangkan McQuail (2010) menekankan bahwa media baru ditandai oleh karakteristik interaktivitas, keterhubungan, dan kemampuan pengguna dalam mengendalikan akses terhadap informasi. Perubahan ini menunjukkan adanya pergeseran dari komunikasi satu arah menuju komunikasi yang lebih partisipatif, interaktif, dan berpusat pada pengguna. Mahasiswa sebagai pengguna media digital tidak lagi dapat diposisikan sebagai penerima informasi yang pasif. pengguna memiliki kemampuan untuk memilih platform, membandingkan sumber informasi, menelusuri detail program, mengajukan pertanyaan, serta menilai apakah informasi yang tersedia memenuhi kebutuhannya. Head dan Eisenberg (2010) pun menjelaskan bagaimana mahasiswa cenderung menggunakan situs web dan media digital sebagai sumber informasi penting dalam menunjang kebutuhan akademik. Dengan demikian, pengalaman mahasiswa dalam mengakses informasi program mobilitas internasional sangat berkaitan dengan kualitas pengalaman bermedia yang pengguna rasakan. Dalam konteks ITB, informasi mengenai program mobilitas internasional disampaikan melalui beberapa platform digital, terutama Instagram @iroitb dan situs web partnership.itb.ac.id (Gambar 2).



Gambar 2. Integrasi Platform Digital IRO ITB (Instagram dan situs web)

Untuk memahami bagaimana mahasiswa memperoleh kepuasan ketika mengakses informasi melalui media digital, penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratifications (Katz & Blumler, 1974). Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa dipahami sebagai pengguna aktif yang mengakses platform untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai program mobilitas internasional. Palmgreen et al. (1980) menjelaskan bagaimana *gratification sought* dan *gratification obtained* menjadi dua konsep penting dalam

teori Uses and Gratifications. *Gratification sought* merujuk pada kebutuhan, harapan, atau dorongan awal pengguna ketika memilih dan menggunakan media tertentu, sedangkan *gratification obtained* merujuk pada kepuasan yang diperoleh setelah pengguna menggunakan media tersebut. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa ITB dapat dipahami sebagai pengguna aktif yang mengakses platform digital IRO ITB karena memiliki kebutuhan informasi mengenai program mobilitas internasional, seperti informasi persyaratan, jadwal pendaftaran, alur seleksi, dokumen, universitas mitra, dan tahapan keberangkatan. Kepuasan mahasiswa kemudian terbentuk ketika media digital yang digunakan mampu memenuhi kebutuhan informasi tersebut secara jelas, mudah diakses, relevan, interaktif, dan mudah ditelusuri. Oleh karena itu, kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi program mobilitas internasional ITB dapat dipahami sebagai bentuk *gratification obtained*, yaitu kepuasan yang muncul setelah mahasiswa menggunakan media digital untuk memenuhi kebutuhannya. Seiring berkembangnya media digital, Uses and Gratifications mengalami perluasan menjadi Uses and Gratifications 2.0.

Sundar dan Limperos (2013) menjelaskan bahwa di lingkup media baru, sumber gratifikasi pengguna tidak hanya berasal dari isi pesan, tetapi juga dari fitur atau affordances teknologi yang melekat pada media. *Affordances* dapat dipahami sebagai kemungkinan tindakan yang disediakan oleh teknologi bagi penggunanya. Dengan kata lain, pengguna memperoleh kepuasan bukan hanya karena informasi yang tersedia, tetapi juga karena fitur media memungkinkan pengguna untuk melihat, memilih, mengatur, merespons, dan menelusuri informasi dengan cara tertentu. Perspektif ini penting karena media digital memiliki karakteristik yang berbeda dari media tradisional, terutama dalam hal interaktivitas, personalisasi, konektivitas, dan navigasi. Sundar dan Limperos (2013) merumuskan kerangka MAIN Model yang terdiri atas empat dimensi utama, yaitu *modality*, *agency*, *interactivity*, dan *navigability*. Keempat dimensi ini menjelaskan bagaimana fitur media digital dapat menjadi sumber gratifikasi bagi pengguna. Literatur terbaru juga menunjukkan bahwa pendekatan *Uses and Gratifications 2.0* penting karena banyak penelitian media digital sebelumnya masih menggunakan ukuran gratifikasi yang terlalu umum dan belum sepenuhnya memperhatikan karakteristik teknologi media baru. Choi dan Drumwright (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bagaimana *Uses and Gratifications 2.0* mendorong peneliti untuk memperhatikan fitur, fungsi, dan kapabilitas teknologi sebagai faktor yang membentuk motivasi, kepuasan, dan evaluasi pengguna terhadap media digital. Hal ini sejalan dengan relevansi model MAIN untuk mengkaji kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi melalui platform digital perguruan tinggi. Dimensi pertama, *modality*, berkaitan dengan bentuk penyajian informasi melalui teks, gambar, video, infografis, audio, maupun kombinasi berbagai format media. Dalam konteks informasi program mobilitas internasional, *modality* dapat terlihat dari kejelasan teks pengumuman, keterbacaan desain visual, konsistensi format unggahan, penggunaan infografis, serta kemampuan media dalam membuat informasi yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami. Meng dan Leung (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "*Factors influencing TikTok engagement behaviors in China: An examination of gratifications sought, narcissism, and the Big Five personality traits*" menjelaskan bahwa *modality* berkaitan dengan metode penyajian konten media, seperti teks, gambar, audio, dan video, yang dapat memengaruhi bagaimana pengguna menangkap dan menilai informasi. Dengan demikian, *modality* menjadi penting karena informasi mobilitas internasional sering kali memiliki detail yang cukup kompleks, seperti syarat akademik, tenggat waktu, prosedur aplikasi, dokumen, pembiayaan, dan tahapan seleksi.

Dimensi kedua, *agency*, berkaitan dengan kemampuan pengguna untuk memiliki kendali dalam memilih, menyaring, dan menyesuaikan informasi. Dalam lingkungan digital, pengguna tidak hanya menerima informasi dari institusi, tetapi juga dapat menentukan informasi mana yang ingin diakses, kapan informasi tersebut dibaca, dan bagaimana informasi tersebut digunakan. *Agency* dalam penelitian ini dapat terlihat dari kemudahan mahasiswa memilih informasi program berdasarkan kebutuhan, seperti negara tujuan, jenis program, universitas mitra, periode keberangkatan, atau jenjang studi. Dalam *Uses and Gratifications 2.0*, *agency* menunjukkan bahwa pengguna media digital memiliki peran yang lebih aktif dalam mengatur pengalaman informasinya. Dimensi ketiga, *interactivity*, berkaitan dengan ruang keterlibatan dan komunikasi dua arah antara pengguna dengan media, pengelola platform, maupun pengguna lain. Dalam konteks informasi program mobilitas internasional, *interactivity* dapat muncul melalui fitur komentar, direct message, tautan pendaftaran, question box, sesi tanya jawab, atau respons pengelola terhadap pertanyaan mahasiswa. Interaktivitas penting karena informasi mobilitas internasional sering kali membutuhkan klarifikasi lebih lanjut (Lin et al., 2017). Dimensi keempat, yaitu *navigability* berkaitan dengan kemudahan pengguna dalam menelusuri informasi melalui struktur, menu, tautan, arsip, dan alur informasi yang tersedia pada platform digital. Dalam konteks informasi program mobilitas internasional, *navigability* menjadi penting

karena mahasiswa perlu menemukan informasi secara cepat dan sistematis. Mereka tidak hanya mencari nama program, tetapi juga membutuhkan akses pada informasi persyaratan, jadwal, alur seleksi, dokumen, universitas tujuan, formulir pendaftaran, serta kontak yang dapat dihubungi. Jika informasi sulit ditemukan, tidak terstruktur, atau tautan tidak jelas, maka kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi dapat menurun. Sebaliknya, navigasi yang jelas dapat membantu mahasiswa merasa bahwa kebutuhan informasinya terpenuhi.

Dalam penelitian ini, kepuasan mahasiswa dipahami sebagai kepuasan dalam mengakses informasi, bukan sebagai kepuasan terhadap program mobilitas internasional secara keseluruhan. Kepuasan tersebut merujuk pada sejauh mana mahasiswa merasa bahwa media digital yang digunakan mampu memenuhi kebutuhan informasi mereka. Dengan demikian, kepuasan mahasiswa dapat dilihat dari beberapa aspek, seperti informasi yang mudah dipahami, informasi yang sesuai kebutuhan, kemudahan menemukan informasi, kenyamanan dalam mengakses platform, dan tersedianya ruang untuk memperoleh klarifikasi. Pemahaman ini sejalan dengan gagasan *gratification obtained* dalam *Uses and Gratifications*, yaitu kepuasan yang diperoleh setelah pengguna menggunakan media tertentu. Dengan demikian, kepuasan mahasiswa dalam penelitian ini ditempatkan sebagai hasil dari pengalaman mereka ketika menggunakan media digital untuk memenuhi kebutuhan informasi akademik, khususnya informasi mengenai program mobilitas internasional ITB.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis hubungan antara fitur media digital dengan kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi program mobilitas internasional ITB. Rancangan penelitian ini bersifat korelasional karena berupaya menguji hubungan antara variabel independen berupa fitur media digital dengan variabel dependen berupa kepuasan mahasiswa. Fitur media digital dalam penelitian ini diturunkan dari *Uses and Gratifications 2.0* melalui MAIN Model, yang meliputi empat dimensi utama, yaitu *modality*, *agency*, *interactivity*, dan *navigability*. Sementara itu, kepuasan mahasiswa dipahami sebagai *gratification obtained*, yaitu kepuasan yang diperoleh setelah mahasiswa menggunakan media digital untuk mengakses informasi program mobilitas internasional.

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Institut Teknologi Bandung. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria responden yaitu mahasiswa ITB yang pernah mengakses informasi program mobilitas internasional melalui platform digital IRO ITB, baik melalui Instagram @iroitb maupun situs web partnership.itb.ac.id. Kriteria tersebut ditetapkan agar responden yang terlibat dalam penelitian memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan media digital IRO ITB sebagai sumber informasi program mobilitas internasional. Penentuan jumlah sampel dilakukan melalui *A Priori Statistical Power Analysis* dengan bantuan perangkat lunak G*Power. Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah minimum sampel yang diperlukan adalah 115 responden. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup berbasis skala Likert lima poin. Instrumen penelitian dikembangkan berdasarkan operasionalisasi variabel yang diturunkan dari MAIN Model. Dimensi *modality* digunakan untuk mengukur kejelasan dan bentuk penyajian informasi; *agency* digunakan untuk mengukur sejauh mana mahasiswa merasa memiliki kendali dalam memilih dan menyesuaikan informasi; *interactivity* digunakan untuk mengukur ruang keterlibatan dan respons yang tersedia dalam platform; sedangkan *navigability* digunakan untuk mengukur kemudahan mahasiswa dalam menelusuri dan menemukan informasi. Adapun variabel kepuasan mahasiswa diukur melalui aspek pemenuhan kebutuhan informasi, kemudahan memahami informasi, kesesuaian informasi dengan kebutuhan, kenyamanan akses, dan kemudahan memperoleh klarifikasi. Sebelum digunakan dalam pengumpulan data utama, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur konstruk penelitian secara tepat dan konsisten. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan analisis korelasi. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan kecenderungan penilaian responden terhadap fitur media digital dan kepuasan mahasiswa, sedangkan analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara masing-masing dimensi fitur media digital dengan kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi program mobilitas internasional ITB.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap fitur media digital pada Instagram @iroitb dan situs web partnership.itb.ac.id cenderung berada pada kategori tinggi. Fitur media digital dalam penelitian ini diukur melalui empat dimensi dalam MAIN Model. Dimensi *modality* dan *navigability*

memperoleh nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan *agency* dan *interactivity*. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung memberikan penilaian lebih kuat pada aspek kejelasan penyajian informasi dan kemudahan penelusuran informasi ketika mengakses informasi. Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Mean	SD	Kategori
<i>Modality</i>	4,18	0,53	Tinggi
<i>Agency</i>	3,76	0,61	Tinggi
<i>Interactivity</i>	3,64	0,67	Sedang-Tinggi
<i>Navigability</i>	4,06	0,56	Tinggi
Kepuasan Mahasiswa	3,88	0,59	Tinggi

Hasil temuan pada Tabel 1 menunjukkan bahwa *modality* memiliki rata-rata tertinggi ($M = 4,18$), kemudian diikuti oleh *navigability* ($M = 4,06$). Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung merasa lebih puas ketika informasi program mobilitas internasional disajikan secara jelas, terstruktur, dan mudah dipahami. Dalam konteks informasi program mobilitas internasional, aspek penyajian informasi menjadi penting karena mahasiswa membutuhkan informasi yang bersifat rinci dan prosedural.

Sementara itu, *interactivity* memperoleh nilai rata-rata yang lebih rendah dibandingkan dimensi lainnya ($M = 3,64$), meskipun tetap berada pada kategori sedang hingga tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa unsur interaksi belum menjadi aspek yang paling dominan dalam pengalaman mahasiswa ketika mengakses informasi program mobilitas internasional. Dengan kata lain, mahasiswa lebih menekankan kebutuhan pada informasi yang jelas dan mudah ditemukan dibandingkan pada ruang interaksi yang tersedia. Namun demikian, interaktivitas tetap menjadi aspek penting karena informasi program mobilitas internasional sering kali membutuhkan klarifikasi lebih lanjut, terutama terkait *eligibility*, dokumen, pembiayaan, dan tahapan aplikasi.

Kemudian, hasil uji hubungan menunjukkan bahwa seluruh dimensi fitur media digital memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi program mobilitas internasional ITB. Akan tetapi, kekuatan hubungan masing-masing dimensi berada pada tingkat yang beragam. Tabel 2 menunjukkan hasil uji hubungan antara fitur media digital dan keinginan mahasiswa.

Tabel 2. Hasil Uji Hubungan antara Fitur Media Digital dan Keinginan Mahasiswa

Hipotesis	Variabel	r	Sig.	Keterangan
H1	<i>Modality</i> – Kepuasan Mahasiswa	0,56	0,000	Diterima
H2	<i>Agency</i> – Kepuasan Mahasiswa	0,34	0,001	Diterima
H3	<i>Interactivity</i> – Kepuasan Mahasiswa	0,29	0,004	Diterima
H4	<i>Navigability</i> – Kepuasan Mahasiswa	0,51	0,000	Diterima

Tabel 2 menunjukkan bahwa *modality* memiliki hubungan paling kuat dengan kepuasan mahasiswa ($r = 0,56$), diikuti oleh *navigability* ($r = 0,51$). Sementara itu, *agency* ($r = 0,34$) dan *interactivity* ($r = 0,29$) juga menunjukkan hubungan positif dan signifikan, tetapi dengan kekuatan hubungan yang lebih rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi program mobilitas internasional lebih banyak berkaitan dengan kejelasan penyajian informasi dan kemudahan penelusuran informasi dibandingkan dengan aspek kendali pengguna dan interaksi.

Temuan ini sejalan dengan *Uses and Gratifications 2.0* yang menjelaskan bahwa kepuasan pengguna media baru tidak hanya bersumber dari isi pesan, tetapi juga dari fitur atau *affordances* teknologi yang membentuk pengalaman bermedia. Dalam konteks penelitian ini, *modality* berperan sebagai fitur yang membantu mahasiswa memahami informasi melalui penyajian teks, visual, dan struktur informasi yang jelas. Ketika informasi program mobilitas internasional disajikan secara mudah dipahami, mahasiswa lebih mudah menangkap isi pesan dan merasa kebutuhan informasinya terpenuhi.

Dimensi *navigability* juga menunjukkan hubungan yang kuat dengan kepuasan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan menemukan informasi menjadi bagian penting dalam pengalaman mahasiswa ketika mengakses platform digital IRO ITB. Informasi program mobilitas internasional umumnya

terdiri atas banyak tahapan dan detail administratif. Oleh karena itu, kemudahan menemukan menu, tautan, alur pendaftaran, jadwal, serta persyaratan program dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi.

Dimensi *agency* menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa juga berkaitan dengan sejauh mana platform memberi ruang bagi pengguna untuk memilih dan menyesuaikan informasi sesuai kebutuhan. Mahasiswa tidak selalu membutuhkan informasi yang sama. Sebagian mahasiswa mencari informasi berdasarkan negara tujuan, sebagian berdasarkan universitas mitra, jenis program, jenjang pendidikan, atau periode pendaftaran. Semakin besar kendali yang dirasakan mahasiswa dalam memilih informasi yang relevan, semakin besar pula kemungkinan mereka merasa puas terhadap layanan informasi digital yang tersedia.

Adapun dimensi *interactivity* menunjukkan hubungan positif dengan kepuasan mahasiswa, meskipun kekuatannya lebih rendah dibandingkan dimensi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa ruang interaksi tetap berperan dalam membentuk kepuasan, tetapi belum menjadi faktor utama. Dalam konteks media digital IRO ITB, interaktivitas dapat berupa kesempatan untuk bertanya melalui komentar, pesan langsung, tautan konsultasi, sesi tanya jawab, atau respons dari pengelola platform. Interaktivitas menjadi penting karena mahasiswa sering kali membutuhkan penjelasan tambahan terhadap informasi yang belum sepenuhnya dipahami. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur media digital berhubungan dengan kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi program mobilitas internasional ITB. Kejelasan penyajian informasi, kendali pengguna dalam memilih informasi, ketersediaan ruang interaksi, dan kemudahan navigasi menjadi aspek yang mendukung terbentuknya kepuasan mahasiswa terhadap layanan informasi digital. Dengan demikian, pengelolaan platform digital IRO ITB perlu memperhatikan tidak hanya kelengkapan isi informasi, tetapi juga bagaimana informasi tersebut disajikan, diatur, direspons, dan ditelusuri oleh mahasiswa.

4. Kesimpulan

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa fitur media digital memiliki hubungan dengan kepuasan mahasiswa dalam mengakses informasi program mobilitas internasional ITB. Fitur yang meliputi *modality*, *agency*, *interactivity*, dan *navigability* berperan penting dalam membentuk pengalaman mahasiswa saat menggunakan platform digital IRO ITB. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan informasi, tetapi juga oleh kejelasan penyajian, kemudahan penelusuran, ruang kendali pengguna, serta akses interaksi yang disediakan oleh media digital. Dimensi *modality* dan *navigability* menjadi aspek yang paling menonjol, yang menunjukkan bahwa informasi yang jelas, terstruktur, mudah dipahami, dan mudah ditemukan merupakan faktor utama dalam layanan informasi digital. Sementara itu, *agency* dan *interactivity* tetap berhubungan dengan kepuasan mahasiswa, meskipun dengan kekuatan yang lebih rendah. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat relevansi *Uses and Gratifications 2.0*, khususnya MAIN Model, dalam menjelaskan kepuasan pengguna media digital pada konteks komunikasi perguruan tinggi. Secara praktis, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pengelolaan platform digital IRO ITB perlu memperhatikan tidak hanya kelengkapan isi informasi, tetapi juga kualitas pengalaman akses informasi agar layanan informasi program mobilitas internasional dapat lebih optimal dalam memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kepuasan mahasiswa.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan artikel ini.

Kontribusi Penulis

Seluruh penulis memiliki kontribusi yang sama terhadap artikel. Semua penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir artikel.

Pendanaan

Tidak ada dukungan pendanaan yang diterima.

Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada potensi konflik kepentingan sehubungan dengan penelitian, kepenulisan, dan/atau publikasi artikel ini.

Pernyataan Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan tidak menggunakan AI atau alat berbantuan AI dalam penyusunan naskah ini. Penulis menyatakan bahwa AI digunakan semata-mata untuk meningkatkan keterbacaan dan kebahasaan dengan pengawasan manusia yang ketat; tidak ada konten, ide, analisis, interpretasi, atau kesimpulan yang dihasilkan oleh AI.

Ketersediaan Data

Kumpulan data yang dihasilkan dan/atau dianalisis dalam penelitian ini tersedia dan dapat diperoleh dengan menghubungi penulis korespondensi berdasarkan permintaan yang wajar.

Daftar Pustaka

- Choi, T. R., & Drumwright, M. E. (2021). "OK, Google, why do I use you?" Motivations, post-consumption evaluations, and perceptions of voice AI assistants. *Telematics and Informatics*, 62, 101628. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101628>
- De Wit, H. (2020). Internationalization of higher education: The need for a more ethical and qualitative approach. *Journal of International Students*, 10(1), i-iv. <https://doi.org/10.32674/jis.v10i1.1893>
- Goglio, V. (2016). One size fits all? A different perspective on university rankings. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 38(2), 212-226. <https://doi.org/10.1080/1360080X.2016.1150553>
- Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-Technology Fit and Individual Performance. *MIS Quarterly*, 19(2), 213. <https://doi.org/10.2307/249689>
- Hazelkorn, E. (2015). *Rankings and the Reshaping of Higher Education*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9781137446671>
- Head, A., & Eisenberg, M. (2010). Truth be told: How college students evaluate and use information in the digital age. SSRN 2281485. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2281485>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Karani, A., Thanki, H., & Achuthan, S. (2021). Impact of university website usability on satisfaction: A structural equation modelling approach. *Management and Labour Studies*, 46(2), 119-138. <https://doi.org/10.1177/0258042X21989924>
- Katz, E., & Blumler, J. G. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (Vol. 3). <https://eric.ed.gov/?id=ED119208>
- Lin, Y.-H., Hsu, C.-L., Chen, M.-F., & Fang, C.-H. (2017). New gratifications for social word-of-mouth spread via mobile SNSs: Uses and gratifications approach with a perspective of media technology. *Telematics and Informatics*, 34(4), 382-397. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.08.019>
- López-Duarte, C., Maley, J. F., & Vidal-Suárez, M. M. (2021). Main challenges to international student mobility in the European arena. *Scientometrics*, 126(11), 8957-8980. <https://doi.org/10.1007/s11192-021-04155-y>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6. ed). SAGE.
- Meng, K. S., & Leung, L. (2021). Factors influencing TikTok engagement behaviors in China: An examination of gratifications sought, narcissism, and the Big Five personality traits. *Telecommunications Policy*, 45(7), 102172. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102172>
- Oleksiyenko, A. V., Chan, S.-J., Kim, S. K., Lo, W. Y. W., & Manning, K. D. (2021). World class universities and international student mobility: Repositioning strategies in the Asian Tigers. *Research in Comparative and International Education*, 16(3), 295-317. <https://doi.org/10.1177/17454999211039298>
- Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rayburn, J. D. (1980). Relations between gratifications sought and obtained: A study of television news. *Communication Research*, 7(2), 161-192. <https://doi.org/10.1177/009365028000700202>
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504-525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>
- Syahbuddin, F. A. (2023). *Tingkat kepuasan pengguna Newsgames Project Multatuli*. Universitas Padjadjaran.