PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM @pemkot.pontianak SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PUBLIK DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN INFORMASI MASYARAKAT

Tita Aulia Muslim
NPP. 33.0735
Program Studi Teknologi Rekayasa Informasi Pemerintahan
Email: titaaulia45@gmail.com

Pembimbing Skripsi: Ricky, SE., MMSI
Email: ricky021@ipdn.ac.id

ABSTRACT

Problem Statement: *This study is motivated by the suboptimal understanding of public information among the people of Pontianak City despite the active use of the official Instagram account @pemkot.pontianak as a public communication medium by the local government. Previous studies have largely focused on the effectiveness of information dissemination without measuring the depth of public understanding. This research addresses the gap by analyzing the influence of Instagram usage on public information understanding through the Uses and Gratifications Theory framework.* ***Purpose:*** *This study aims to analyze the influence of using Instagram @pemkot.pontianak as a public communication medium in improving public information understanding among the people of Pontianak City.* ***Method:*** *This study employed a quantitative approach with an associative method. The quantitative approach was chosen to measure the causal relationship between variables numerically, while the associative method was selected to determine the influence of the independent variable on the dependent variable. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents consisting of followers of the @pemkot.pontianak account, selected using simple random sampling technique because it provides equal opportunity for every population member to be selected. The analysis techniques used included validity test (to ensure the instrument accurately measures the intended variables), reliability test (to ensure measurement consistency), normality test (Kolmogorov-Smirnov), simple linear regression, and t-test.* ***Result:*** *The findings indicate that: (1) from the accessibility dimension, Instagram @pemkot.pontianak is considered easy to find and access by the majority of respondents (63%); (2) from the content quality dimension, visual content is considered attractive and helps understanding (56%); (3) from the interactivity dimension, two-way communication between the government and the public is still not optimal; and (4) from the transparency dimension, the information conveyed is considered open and clear by 53% of respondents. The results of the simple linear regression test showed a significant influence between the use of Instagram @pemkot.pontianak and the level of public information understanding with a contribution of 47.2%, while the remaining 52.8% was influenced by other variables.* ***Conclusion:*** *The use of Instagram @pemkot.pontianak as a public communication medium has a positive and significant influence on improving public information understanding, although the interactivity dimension still needs to be optimized to create more effective two-way communication.*

Keywords: *Government Information, Instagram, Local Government, Public Communication, Public Understanding, Social Media*

ABSTRAK

Permasalahan: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya pemahaman informasi publik masyarakat Kota Pontianak meskipun Pemerintah Kota Pontianak telah aktif menggunakan akun Instagram @pemkot.pontianak sebagai media komunikasi publik. Penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada efektivitas penyebaran informasi tanpa mengukur secara mendalam tingkat pemahaman masyarakat sebagai penerima pesan. Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis pengaruh penggunaan Instagram terhadap pemahaman informasi masyarakat melalui kerangka Uses and Gratifications Theory. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Instagram @pemkot.pontianak sebagai media komunikasi publik dalam meningkatkan pemahaman informasi masyarakat Kota Pontianak. **Metode:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk mengukur hubungan kausal antar variabel secara numerik, sedangkan metode asosiatif dipilih untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengikut akun @pemkot.pontianak, dipilih menggunakan teknik simple random sampling karena memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas (untuk memastikan instrumen mengukur variabel yang dimaksud secara akurat), uji reliabilitas (untuk memastikan konsistensi pengukuran), uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), regresi linear sederhana, dan uji t. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) dari dimensi keterjangkauan informasi, Instagram @pemkot.pontianak dinilai mudah ditemukan dan diakses oleh mayoritas responden (63%); (2) dari dimensi kualitas konten, visualisasi konten dinilai menarik dan membantu pemahaman (56%); (3) dari dimensi interaktivitas, komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat masih belum optimal; dan (4) dari dimensi transparansi, informasi yang disampaikan dinilai terbuka dan jelas oleh 53% responden. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan pengaruh signifikan antara penggunaan Instagram @pemkot.pontianak dengan tingkat pemahaman informasi masyarakat dengan kontribusi sebesar 47,2%, sedangkan sisanya 52,8% dipengaruhi oleh variabel lain. **Kesimpulan:** Penggunaan Instagram @pemkot.pontianak sebagai media komunikasi publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pemahaman informasi masyarakat, meskipun dimensi interaktivitas masih perlu dioptimalkan untuk menciptakan komunikasi dua arah yang lebih efektif.

Kata kunci: Instagram, Komunikasi Publik, Pemahaman Informasi, Pemerintah Daerah, Media Sosial, Informasi Pemerintah/

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menghadirkan perubahan mendasar dalam cara pemerintah membangun hubungan dengan masyarakat. Digitalisasi membuka ruang komunikasi publik yang lebih cepat, transparan, dan interaktif melalui berbagai platform media sosial. Di Indonesia, media sosial berkembang sangat pesat dan kini menjadi salah satu media utama bagi masyarakat dalam memperoleh informasi. Laporan Data Reportal (2025) menunjukkan bahwa terdapat 143 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia, atau sekitar 50% dari total populasi nasional, dengan rata-rata penggunaan harian mencapai 3 jam 6 menit. Data ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi kanal strategis bagi pemerintah dalam menyampaikan informasi secara luas, efektif, dan langsung kepada masyarakat.

Instagram menempati posisi strategis sebagai salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Berdasarkan data SimilarWeb untuk periode Desember 2022 hingga November 2023, Instagram menempati peringkat keempat sebagai situs yang paling banyak dikunjungi di Indonesia, dengan rata-rata 222 juta kunjungan per bulan dan 34,7 juta pengunjung unik. Dalam konteks komunikasi publik, Instagram menawarkan keunggulan sebagai media dua arah yang memungkinkan pemerintah menyampaikan informasi secara cepat, menarik, dan mudah diakses, sekaligus membuka ruang bagi masyarakat untuk merespons melalui komentar, *likes*, dan fitur berbagi.

Pemerintah Indonesia telah menetapkan kerangka kebijakan yang mendukung pemanfaatan media sosial dalam komunikasi publik. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menjamin hak setiap warga negara untuk memperoleh informasi dari badan publik secara transparan dan mudah diakses. Peraturan Menteri PANRB Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintahan memberikan pedoman teknis bagi instansi pemerintah dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik yang transparan, partisipatif, dan kolaboratif.

Kota Pontianak sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Barat telah aktif memanfaatkan media sosial melalui akun resmi @pemkot.pontianak. Akun ini secara konsisten membagikan berbagai informasi publik, seperti kegiatan wali kota, program pembangunan kota, informasi layanan publik, edukasi kesehatan, hingga himbauan resmi pemerintah. Akun ini dikelola secara kolaboratif oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) dan Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan (Prokopim) Kota Pontianak. Frekuensi unggahan yang relatif tinggi, konten yang beragam, serta pertumbuhan pengikut yang terus meningkat menunjukkan bahwa pemerintah telah memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi publik yang modern.

Namun demikian, aktivitas posting yang tinggi tidak serta-merta menjamin efektivitas komunikasi. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa *engagement rate* pada akun pemerintah, termasuk akun @pemkot.pontianak, cenderung rendah. Banyak unggahan hanya memperoleh sedikit interaksi berupa *like*, komentar, ataupun *shares*. Fenomena tersebut mengarah pada pertanyaan mendasar: Apakah masyarakat benar-benar memahami informasi yang disampaikan pemerintah melalui Instagram? Ataukah terdapat hambatan dalam penyampaian pesan, sehingga komunikasi publik tidak sepenuhnya efektif meskipun medianya modern.

Isu ini menjadi semakin relevan jika dilihat dari perspektif efektivitas komunikasi publik. Pemahaman masyarakat terhadap pesan digital tidak hanya dipengaruhi oleh konten, tetapi juga oleh literasi digital, kemampuan membaca visual, serta kecakapan memaknai informasi di ruang digital. Jika fitur Instagram seperti *caption*, foto, video, *hashtag*, *carousel*, maupun *reels* tidak dirancang secara komunikatif, maka publik berpotensi salah menafsirkan pesan atau tidak memahami informasi yang disampaikan pemerintah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana penggunaan Instagram @pemkot.pontianak sebagai media komunikasi publik berpengaruh terhadap peningkatan pemahaman informasi masyarakat Kota Pontianak. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan komunikasi publik pemerintah daerah berbasis media sosial serta menjadi bahan evaluasi bagi Pemerintah Kota Pontianak dalam mengoptimalkan strategi komunikasi digitalnya.

1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil

Penelitian mengenai pemanfaatan media sosial oleh pemerintah daerah telah banyak dilakukan, namun sebagian besar penelitian masih berfokus pada efektivitas penyebaran informasi tanpa mengukur secara mendalam tingkat pemahaman masyarakat sebagai penerima pesan. Penelitian Kartadimadja & Wijaya (2025) menunjukkan bahwa Instagram efektif menjadi media informasi publik karena penyampaian pesan visual lebih mudah diterima masyarakat, namun interaksi dua arah masih belum optimal. Penelitian Astuti (2023) menemukan bahwa Instagram lebih banyak dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi, bukan sebagai sarana pengaduan yang efektif. Penelitian Nugraha dkk. (2025) menunjukkan bahwa kementerian lebih optimal dalam memanfaatkan

Instagram dibandingkan lembaga, namun masih terdapat kesenjangan dalam standar pengelolaan media sosial pemerintah.

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif seperti Putri (2019) menunjukkan bahwa akun Instagram @hendrarprihadi efektif digunakan sebagai media komunikasi dengan masyarakat Kota Semarang dengan pengaruh sebesar 26,9%. Namun demikian, penelitian tersebut masih terbatas pada efektivitas komunikasi secara umum dan belum secara spesifik mengukur pengaruh terhadap pemahaman informasi publik. Penelitian Sari (2021) menemukan adanya kesenjangan antara aktifnya unggahan konten akun @pemkotmalang dengan pasifnya respons pemerintah terhadap komentar masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat *research gap* berupa belum adanya penelitian yang secara spesifik menganalisis pengaruh penggunaan Instagram pemerintah daerah terhadap tingkat pemahaman informasi masyarakat dengan menggunakan pendekatan *Uses and Gratifications Theory* (Katz et al., 1973). Penelitian ini akan mengisi celah tersebut dengan mengukur pengaruh Instagram @pemkot.pontianak terhadap pemahaman informasi masyarakat Kota Pontianak melalui dimensi keterjangkauan informasi, kualitas konten, interaktivitas, dan transparansi.

1.3 Urgensi Penelitian

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memastikan bahwa media sosial yang digunakan pemerintah daerah benar-benar efektif dalam meningkatkan pemahaman informasi publik. Dalam konteks Kota Pontianak, keberagaman masyarakat yang terdiri dari berbagai etnis (Melayu, Dayak, Tionghoa) menuntut komunikasi publik yang jelas, inklusif, dan mudah diakses agar seluruh lapisan masyarakat dapat memahami kebijakan dan program pemerintah daerah.

Secara akademis, penelitian ini penting karena menawarkan pendekatan *Uses and Gratifications Theory* sebagai kerangka analisis yang mampu menjelaskan hubungan antara motivasi penggunaan media sosial oleh masyarakat dengan gratifikasi yang diperoleh berupa pemahaman informasi publik. Teori ini menekankan bahwa pengguna media secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, termasuk kebutuhan kognitif berupa informasi dan pengetahuan (Katz et al., 1973; Sundar & Limperos, 2013).

Secara empiris, penelitian ini penting untuk menjelaskan fenomena kesenjangan antara intensitas penggunaan media sosial oleh pemerintah daerah dengan tingkat pemahaman masyarakat terhadap informasi yang disampaikan. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Pemerintah Kota Pontianak dalam merumuskan strategi komunikasi publik berbasis media sosial yang lebih efektif, terukur, dan akuntabel.

1.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terinspirasi oleh berbagai penelitian terdahulu yang relevan dengan topik komunikasi publik pemerintah melalui media sosial. Kartadimadja & Wijaya (2025) dalam penelitiannya tentang efektivitas Instagram @Pemkotbogor sebagai media informasi publik menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei followers. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram efektif menjadi media informasi publik karena penyampaian pesan visual lebih mudah diterima masyarakat. Tingkat engagement tinggi pada konten yang informatif dan mengandung visual menarik, namun interaksi dua arah (komentar dan balasan) masih belum optimal.

Astuti (2023) dalam penelitiannya tentang analisis media sosial Instagram sebagai sarana pengaduan masyarakat dalam pelayanan administrasi kependudukan Kota Cimahi menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini menemukan bahwa Instagram lebih banyak dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi, bukan sebagai sarana pengaduan yang efektif. Tingkat interaksi masyarakat masih rendah, sehingga belum berdampak signifikan terhadap kualitas pelayanan administrasi kependudukan. Faktor penghambat yang ditemukan adalah keterbatasan sumber daya manusia dan kurangnya optimalisasi fitur Instagram.

Putri (2019) dalam penelitiannya tentang efektivitas penggunaan akun Instagram @hendrarprihadi sebagai media komunikasi dengan masyarakat Kota Semarang menggunakan metode kuantitatif dengan teknik Cluster Random Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @hendrarprihadi efektif digunakan sebagai media komunikasi dengan masyarakat. Analisis regresi menunjukkan koefisien sebesar 0,488 dengan pengaruh efektivitas sebesar 26,9%. Efektivitas diukur dari intensitas penggunaan, kepuasan, serta komunikasi dua arah yang terjalin antara pemerintah dengan masyarakat.

Nugraha dkk. (2025) dalam penelitiannya tentang analisis isi konten media sosial Instagram pemerintah Indonesia di tingkat kementerian dan lembaga menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan analisis isi terhadap 100 akun Instagram kementerian/lembaga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kementerian lebih optimal dalam memanfaatkan Instagram dibandingkan lembaga. Kementerian cenderung menonjolkan ketokohan pimpinan, sedangkan lembaga lebih fokus pada informasi publik. Penelitian ini merekomendasikan adanya standar pengelolaan media sosial pemerintah.

Sari (2021) dalam penelitiannya tentang responsivitas pemerintah terhadap partisipasi masyarakat di media sosial dengan studi pada pengelolaan akun media sosial Pemerintah Kota Malang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan antara aktifnya unggahan konten akun @pemkotmalang dengan pasifnya respons pemerintah terhadap komentar/umpan balik masyarakat. Hal ini menimbulkan persepsi negatif publik. Namun, Pemerintah Kota Malang melalui Diskominfo mulai menerapkan strategi untuk meningkatkan responsivitas, seperti penambahan SDM pengelola dan optimalisasi fitur media sosial.

Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan kerangka *Uses and Gratifications Theory* yang mengintegrasikan analisis empat dimensi (keterjangkauan informasi, kualitas konten, interaktivitas, dan transparansi) secara simultan pada akun Instagram @pemkot.pontianak. Penelitian ini juga secara spesifik mengukur pengaruh penggunaan Instagram terhadap tingkat pemahaman informasi masyarakat yang diukur melalui aspek kognitif, afektif, dan konatif.

1.5 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Kebaruan ilmiah penelitian ini terletak pada tiga aspek. Dari sisi objek, penelitian ini secara spesifik dilakukan pada Kota Pontianak yang memiliki karakteristik masyarakat heterogen dengan keberagaman etnis (Melayu, Dayak, Tionghoa) dan posisi geografis sebagai Kota Khatulistiwa. Dari sisi metode, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan kerangka *Uses and Gratifications Theory* (Katz et al., 1973; Sundar & Limperos, 2013) yang belum pernah digunakan sebelumnya untuk menganalisis pengaruh media sosial pemerintah daerah terhadap pemahaman informasi masyarakat. Dari sisi hasil, penelitian ini menemukan kontribusi pengaruh penggunaan Instagram @pemkot.pontianak terhadap pemahaman informasi masyarakat sebesar 47,2%, serta mengidentifikasi dimensi interaktivitas sebagai aspek yang masih perlu dioptimalkan.

Kebaruan ini sejalan dengan pandangan Mergel (2012) yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi publik melalui media sosial sangat dipengaruhi oleh kemampuan pemerintah dalam mengelola interaksi dan responsivitas terhadap masyarakat. Criado et al. (2013) menekankan pentingnya inovasi pemerintah dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan keterlibatan warga. Bonsón et al. (2015) menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi publik melalui media sosial tidak hanya ditentukan oleh frekuensi unggahan, tetapi juga oleh kualitas konten dan interaksi dua

arah. Linders (2012) menambahkan bahwa transformasi dari *e-government* menuju *we-government* membutuhkan partisipasi aktif masyarakat dalam komunikasi digital.

1.6 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Instagram @pemkot.pontianak sebagai media komunikasi publik dalam meningkatkan pemahaman informasi masyarakat Kota Pontianak.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif (Sugiyono, 2018). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur hubungan kausal antar variabel secara numerik dan statistik, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggeneralisasikan temuan kepada populasi yang lebih luas dengan tingkat objektivitas yang tinggi. Metode asosiatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (penggunaan Instagram @pemkot.pontianak) terhadap variabel dependen (pemahaman informasi masyarakat). Metode ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi arah dan besarnya pengaruh antar variabel berdasarkan data empiris yang dikumpulkan melalui kuesioner.

Penelitian dilaksanakan di Kota Pontianak, Provinsi Kalimantan Barat dengan fokus pada Dinas Komunikasi dan Informatika serta Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Pontianak. Lokasi penelitian dipilih karena kedua instansi tersebut memiliki peran krusial dalam mengelola akun Instagram @pemkot.pontianak sebagai kanal komunikasi resmi pemerintah daerah. Pengumpulan data dilakukan pada tahun 2025 melalui penyebaran kuesioner, observasi pada konten digital, dan dokumentasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut (*followers*) akun Instagram @pemkot.pontianak yang berjumlah 42.600 *followers* per Oktober 2025. Populasi ini dipilih karena mereka merupakan audiens langsung yang menerima dan berpotensi memahami informasi publik yang disampaikan oleh Pemerintah Kota Pontianak melalui Instagram. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* karena teknik ini memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel (Firmansyah & Dede, 2022). Teknik ini dipilih dengan pertimbangan bahwa populasi penelitian bersifat homogen dalam hal akses terhadap akun Instagram @pemkot.pontianak, sehingga setiap *follower* memiliki peluang yang setara untuk menjadi responden. Perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

n=N1+N(e)2*n*=1+*N*(*e*)2*N*

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi = 42.600
- e = batas toleransi kesalahan = 0,1 (10%)

Perhitungan:

- n = 42.600 / (1 + 42.600(0,1)²)
- n = 42.600 / (1 + 42.600(0,01))
- n = 42.600 / (1 + 426)
- n = 42.600 / 427
- n = 99,76 ≈ 100 sampel

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh sampel sebanyak 100 responden yang merupakan masyarakat Kota Pontianak sebagai representasi dari populasi penelitian.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1-5 yang terdiri dari 12 pernyataan untuk variabel penggunaan Instagram @pemkot.pontianak dan 8 pernyataan untuk variabel pemahaman informasi masyarakat. Skala Likert dipilih karena mampu mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial (Willits et al., 2016). Variabel penggunaan Instagram diukur melalui empat dimensi: keterjangkauan informasi (X1), kualitas konten (X2), interaktivitas (X3), dan transparansi (X4). Variabel pemahaman informasi masyarakat diukur melalui tiga aspek: kognitif (pengetahuan), afektif (sikap), dan konatif (tindakan). Keabsahan data diuji menggunakan uji validitas dengan rumus *Product Moment Pearson* dan uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud secara akurat (Utami, 2023). Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi instrumen dalam mengukur suatu variabel pada waktu yang berbeda (Yusup, 2018). Uji validitas menunjukkan seluruh item pernyataan valid dengan nilai r hitung > r tabel (0,195), sedangkan uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,869 untuk variabel X dan 0,852 untuk variabel Y, yang berarti instrumen reliabel (Ghozali, 2018).

Teknik analisis data menggunakan uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji regresi linear sederhana, dan uji t (parsial). Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak, karena distribusi normal merupakan salah satu syarat agar data dapat dianalisis menggunakan statistik parametrik (Usmadi, 2020). Uji normalitas menunjukkan nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,087 > 0,05, yang berarti data berdistribusi normal. Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2019). Uji t (parsial) digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (Gerald, 2018). Analisis data dibantu dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.0 *for Windows*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis pengaruh penggunaan Instagram @pemkot.pontianak sebagai media komunikasi publik terhadap pemahaman informasi masyarakat Kota Pontianak menggunakan kerangka *Uses and Gratifications Theory* (Katz et al., 1973) yang membagi analisis ke dalam empat dimensi penggunaan media: keterjangkauan informasi, kualitas konten, interaktivitas, dan transparansi. Sementara itu, pemahaman informasi masyarakat dianalisis melalui tiga aspek: kognitif, afektif, dan konatif. Adapun pembahasan dapat dilihat pada subbab berikut.

3.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data, karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	46	46%
2	Perempuan	54	54%
Total		100	100%

Sumber: Data olahan responden 2026

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (54%). Hal ini menunjukkan bahwa audiens aktif yang merespons informasi dari akun @pemkot.pontianak didominasi oleh perempuan. Temuan ini selaras dengan tren media sosial secara umum di mana pengguna perempuan cenderung lebih aktif dalam mencari informasi terkait layanan publik dan isu-isu sosial melalui platform visual seperti Instagram.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase
1	15-20	38	38%
2	21-30	33	33%
3	31-39	19	19%
4	>40	10	10%
Total		100	100%

Sumber: Data olahan responden 2026

Berdasarkan Tabel 2, responden terbanyak berada pada kelompok usia produktif, yaitu 15-20 tahun (38%) dan 21-30 tahun (33%). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Instagram @pemkot.pontianak mayoritas berasal dari kalangan Generasi Z dan Milenial di Kota Pontianak. Kelompok usia ini merupakan kelompok yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama dalam kehidupan sehari-hari.

3.2 Penggunaan Instagram @pemkot.pontianak sebagai Media Komunikasi Publik

Penggunaan Instagram @pemkot.pontianak sebagai media komunikasi publik diukur melalui empat dimensi utama, yaitu keterjangkauan informasi, kualitas konten, interaktivitas, dan transparansi. Dimensi Keterjangkauan Informasi mencerminkan sejauh mana masyarakat dapat mengakses dan memperoleh informasi dari akun resmi pemerintah. Data menunjukkan bahwa 63% responden menyatakan akun @pemkot.pontianak mudah ditemukan dan diakses, 51% responden mengetahui program/kebijakan pemerintah dari Instagram, dan 63% responden menyatakan informasi publik disampaikan secara konsisten. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa media sosial pemerintah daerah berperan penting dalam penyebaran informasi publik. Tingginya persentase responden yang menyatakan kemudahan akses menunjukkan bahwa akun @pemkot.pontianak telah berhasil menjangkau masyarakat sebagai kanal informasi resmi pemerintah daerah. Hal ini juga sejalan dengan prinsip keterbukaan informasi publik sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Dimensi Kualitas Konten mencakup kejelasan pesan, relevansi konten, dan daya tarik visual. Data menunjukkan bahwa 56% responden menyatakan isi unggahan mudah dipahami tanpa penjelasan tambahan, 53% responden menyatakan konten relevan dengan kebutuhan warga, dan 56% responden menyatakan visual (gambar/video/infografis) menarik dan membantu pemahaman. Temuan ini memperkuat penelitian Kartadimadja & Wijaya (2025) yang menunjukkan bahwa penyampaian pesan visual lebih mudah diterima masyarakat. Tingginya penilaian responden terhadap aspek visualisasi konten menunjukkan bahwa penggunaan infografis, video, dan gambar pada akun @pemkot.pontianak efektif dalam membantu pemahaman masyarakat.

Dimensi Interaktivitas mengukur fasilitas respon, komunikasi dua arah, dan keterlibatan diskusi. Data menunjukkan bahwa 50% responden menyatakan fitur *like*/komentar/membagikan mendorong mereka untuk merespons, 53% responden menyatakan pemerintah menanggapi komentar atau pertanyaan warga, namun hanya 39% responden yang pernah terlibat dalam diskusi pada

unggahan pemerintah. Temuan ini mengindikasikan bahwa komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat melalui Instagram masih belum optimal, sejalan dengan temuan Sari (2021) tentang adanya kesenjangan antara aktifnya unggahan konten dengan pasifnya respons pemerintah. Rendahnya keterlibatan masyarakat dalam diskusi (39%) menunjukkan bahwa fitur interaktivitas belum dimanfaatkan secara maksimal untuk membangun komunikasi dialogis antara pemerintah dan publik.

Dimensi Transparansi mencakup keterbukaan, kesesuaian kebijakan, dan akuntabilitas. Data menunjukkan bahwa 53% responden menyatakan informasi yang disampaikan terasa terbuka dan jelas, 58% responden menyatakan konten sesuai dengan kebijakan/layanan resmi pemerintah, dan 50% responden menyatakan unggahan menyertakan sumber/penjelasan yang dapat dipertanggungjawabkan. Temuan ini menunjukkan bahwa akun @pemkot.pontianak telah memenuhi prinsip transparansi sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dan Peraturan Menteri PANRB Nomor 83 Tahun 2012. Tingginya persentase responden yang menyatakan kesesuaian konten dengan kebijakan resmi pemerintah (58%) menunjukkan bahwa akun tersebut telah menjadi sumber informasi yang kredibel dan terpercaya bagi masyarakat.

Secara keseluruhan, penggunaan Instagram @pemkot.pontianak sebagai media komunikasi publik berada pada kategori tinggi. Hal ini tercermin dari kemudahan masyarakat dalam menjangkau informasi, kualitas konten visual yang dinilai menarik, serta transparansi informasi yang disampaikan, meskipun pada dimensi interaktivitas masih ditemukan adanya keterbatasan dalam hal komunikasi dua arah antara masyarakat dengan pengelola akun.

3.3 Tingkat Pemahaman Informasi Masyarakat

Tingkat pemahaman informasi masyarakat Kota Pontianak diukur melalui tiga aspek, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Aspek Kognitif mencerminkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap informasi yang disampaikan. Data menunjukkan bahwa 51% responden mengetahui program/kebijakan pemerintah dari Instagram, 55% responden memahami tujuan dan informasi yang diunggah, dan 55% responden dapat mengingat poin penting dari unggahan pemerintah. Temuan ini sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* yang dikemukakan oleh Katz et al. (1973), di mana kebutuhan kognitif berupa informasi dan pengetahuan menjadi motivasi utama masyarakat dalam menggunakan media sosial pemerintah. Tingginya persentase responden yang memahami dan mengingat informasi dari unggahan pemerintah menunjukkan bahwa Instagram @pemkot.pontianak telah berfungsi sebagai sumber informasi yang efektif bagi masyarakat.

Aspek Afektif mencerminkan sikap dan perasaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan. Data menunjukkan bahwa 54% responden menyatakan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi mereka, 56% responden percaya pada informasi dari akun resmi pemerintahan, dan 41% responden menyatakan Instagram membuat mereka merasa lebih dekat dengan pemerintahan. Temuan ini menunjukkan bahwa Instagram @pemkot.pontianak tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kedekatan emosional antara pemerintah dan masyarakat, sebagaimana dijelaskan oleh Mergel (2012) tentang peran media sosial dalam membangun hubungan antara pemerintah dan publik. Tingginya tingkat kepercayaan masyarakat (56%) terhadap informasi dari akun resmi pemerintahan menunjukkan bahwa akun @pemkot.pontianak telah berhasil membangun kredibilitas sebagai sumber informasi resmi.

Aspek Konatif mencerminkan tindakan dan perilaku masyarakat setelah menerima informasi. Data menunjukkan bahwa 53% responden menyatakan terdorong mengikuti arahan/kebijakan dari

unggahan, dan 45% responden menyatakan berpartisipasi dalam kegiatan/layanan publik setelah melihat unggahan. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman informasi yang baik berimplikasi pada dorongan perilaku positif masyarakat untuk berpartisipasi dalam berbagai program dan layanan publik, sejalan dengan penelitian tentang dampak komunikasi publik digital terhadap partisipasi warga.

Secara keseluruhan, tingkat pemahaman informasi publik masyarakat Kota Pontianak berada pada kategori tinggi. Masyarakat secara kognitif mampu menyerap dan mengingat poin-poin penting dari informasi yang disampaikan, yang kemudian berimplikasi pada dorongan perilaku positif untuk berpartisipasi dalam berbagai layanan publik di Kota Pontianak.

3.4 Pengaruh Penggunaan Instagram @pemkot.pontianak terhadap Pemahaman Informasi Masyarakat

Hasil uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,087 > 0,05, yang berarti data berdistribusi normal. Dengan demikian, syarat untuk menggunakan statistik parametrik terpenuhi.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel	B	t-hitung	Sig. t	Keterangan
(Constant)	4,207	1,607	0,111	-
Penggunaan Instagram	0,542	9,351	0	Signifikan
F-hitung	87,45			
Sig. F	0			
R Square	0,472			

Sumber: Data olahan SPSS 2026

Pada tabel 3. hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa penggunaan Instagram @pemkot.pontianak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman informasi masyarakat. Persamaan regresi yang diperoleh adalah Y = 4,207 + 0,542X. Konstanta (a) = 4,207 berarti jika tidak ada variabel penggunaan Instagram yang mempengaruhi pemahaman masyarakat, maka pemahaman masyarakat sebesar 4,207 satuan. Koefisien regresi (b) = 0,542 berarti jika variabel penggunaan Instagram meningkat sebesar satu satuan, maka pemahaman masyarakat akan meningkat sebesar 0,542 satuan.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,472 menunjukkan bahwa penggunaan Instagram @pemkot.pontianak memberikan kontribusi pengaruh sebesar 47,2% terhadap pemahaman informasi masyarakat, sedangkan sisanya sebesar 52,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Variabel lain yang mungkin memengaruhi pemahaman informasi masyarakat antara lain tingkat literasi digital, frekuensi akses internet, pendidikan, dan faktor demografis lainnya (Aritonang, 2017).

Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 9,351 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, yang berarti hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak. Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan Instagram @pemkot.pontianak terhadap pemahaman informasi masyarakat Kota Pontianak. Temuan ini sejalan dengan penelitian Putri (2019) yang menemukan bahwa akun Instagram @hendrarprihadi memiliki pengaruh signifikan terhadap efektivitas komunikasi dengan masyarakat Kota Semarang.

Hasil uji simultan (F) menunjukkan nilai F-hitung sebesar 87,450 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, yang berarti model regresi dinyatakan layak (fit) untuk digunakan dalam penelitian ini. Hal

ini mengindikasikan bahwa secara bersama-sama, dimensi-dimensi penggunaan Instagram (keterjangkauan informasi, kualitas konten, interaktivitas, dan transparansi) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemahaman informasi masyarakat.

3.5 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram @pemkot.pontianak sebagai media komunikasi publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pemahaman informasi masyarakat Kota Pontianak. Temuan ini memperkuat teori *Uses and Gratifications* (Katz et al., 1973) yang menyatakan bahwa individu secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam konteks penelitian ini, masyarakat menggunakan Instagram @pemkot.pontianak untuk memenuhi kebutuhan kognitif (informasi dan pengetahuan), kebutuhan afektif (rasa percaya dan kedekatan dengan pemerintah), serta kebutuhan sosial-integratif (partisipasi dalam kegiatan publik).

Penelitian ini sejalan dengan temuan Mergel (2012) yang menyatakan bahwa media sosial pemerintah dapat meningkatkan transparansi dan partisipasi publik jika dikelola dengan baik. Sama halnya dengan temuan Criado et al. (2013), penelitian ini juga menemukan bahwa inovasi pemerintah dalam memanfaatkan media sosial sangat menentukan efektivitas komunikasi publik. Bonsón et al. (2015) menambahkan bahwa keterlibatan warga dalam komunikasi publik melalui media sosial tidak hanya ditentukan oleh frekuensi unggahan, tetapi juga oleh kualitas konten dan interaksi dua arah.

Penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi publik digital pemerintah daerah tidak hanya memerlukan peningkatan frekuensi unggahan, tetapi juga penguatan interaktivitas dan responsivitas terhadap masyarakat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari (2021) yang menunjukkan bahwa kesenjangan antara aktifnya unggahan konten dengan pasifnya respons pemerintah menjadi hambatan utama dalam komunikasi publik digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi publik melalui media sosial tidak dapat diukur hanya melalui indikator kuantitatif seperti jumlah pengikut atau frekuensi unggahan, tetapi harus dipahami sebagai hasil interaksi antara kualitas konten, keterjangkauan informasi, interaktivitas, dan transparansi. Dalam konteks tersebut, pendekatan *Uses and Gratifications Theory* memberikan perspektif yang lebih komprehensif dalam menjelaskan hubungan antara penggunaan media sosial pemerintah dan pemahaman informasi masyarakat.

3.4 Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Penulis menemukan tiga faktor utama yang memengaruhi efektivitas penggunaan Instagram @pemkot.pontianak sebagai media komunikasi publik. Pertama, dimensi interaktivitas masih menjadi tantangan terbesar, di mana komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat belum optimal. Hal ini terlihat dari rendahnya keterlibatan masyarakat dalam diskusi pada unggahan pemerintah (hanya 39%). Temuan ini sejalan dengan penelitian Sobaci & Karkin (2013) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh pemerintah seringkali masih bersifat monologis dan belum sepenuhnya memanfaatkan potensi interaktivitas yang ditawarkan platform digital.

Kedua, kualitas konten visual menjadi faktor penentu utama dalam meningkatkan pemahaman masyarakat, sebagaimana ditunjukkan oleh tingginya penilaian responden terhadap aspek visualisasi konten (56%). Temuan ini memperkuat pandangan Van Dijck (2013) yang menyatakan bahwa media sosial berbasis visual seperti Instagram memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan karena kombinasi teks, gambar, dan video mampu memberikan gratifikasi kognitif dan afektif secara simultan.

Ketiga, faktor keterjangkauan biaya dan akses internet menjadi penghalang bagi sebagian masyarakat untuk mengakses informasi melalui Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun platform digital telah tersedia, kesenjangan digital (*digital divide*) masih menjadi tantangan dalam komunikasi publik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aritonang (2017) yang menyatakan bahwa efektivitas *e-government* sangat dipengaruhi oleh kesiapan infrastruktur teknologi dan literasi digital masyarakat.

Temuan menarik lainnya adalah bahwa mayoritas responden (56%) percaya pada informasi dari akun resmi pemerintahan, yang menunjukkan bahwa akun @pemkot.pontianak telah berhasil membangun kredibilitas sebagai sumber informasi resmi. Hal ini sejalan dengan penelitian Waters et al. (2009) dan Lovejoy et al. (2012) yang menunjukkan bahwa organisasi dapat membangun kepercayaan publik melalui pengelolaan media sosial yang konsisten dan transparan. Kepercayaan publik ini merupakan modal sosial yang penting bagi pemerintah dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan mendorong partisipasi publik dalam program-program pembangunan daerah.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan Instagram @pemkot.pontianak sebagai media komunikasi publik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pemahaman informasi masyarakat Kota Pontianak. Dari aspek keterjangkauan informasi, Instagram @pemkot.pontianak dinilai mudah ditemukan dan diakses oleh mayoritas responden (63%), dengan konsistensi penyampaian informasi yang baik. Dari aspek kualitas konten, visualisasi konten dinilai menarik dan membantu pemahaman (56%), dengan kejelasan pesan yang baik. Dari aspek interaktivitas, komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat masih belum optimal (hanya 39% responden yang pernah terlibat dalam diskusi), dengan keterlibatan masyarakat dalam diskusi masih terbatas. Dari aspek transparansi, informasi yang disampaikan dinilai terbuka dan jelas (53%), serta sesuai dengan kebijakan dan layanan resmi pemerintah (58%). Tingkat pemahaman informasi masyarakat Kota Pontianak berada pada kategori tinggi. Masyarakat secara kognitif mampu menyerap dan mengingat poin-poin penting dari informasi yang disampaikan, yang kemudian berimplikasi pada dorongan perilaku positif untuk berpartisipasi dalam berbagai layanan publik. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa penggunaan Instagram @pemkot.pontianak memberikan kontribusi pengaruh sebesar 47,2% terhadap pemahaman informasi masyarakat, sedangkan sisanya 52,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial oleh pemerintah daerah secara nyata dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dan pemahaman publik secara luas.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya berfokus pada akun Instagram @pemkot.pontianak sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh platform media sosial atau daerah lain dengan karakteristik yang berbeda. Kedua, penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga hasil analisis lebih menitikberatkan pada pengukuran statistik dibandingkan pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor kualitatif yang memengaruhi pemahaman informasi masyarakat. Ketiga, penelitian hanya mengukur pengaruh penggunaan Instagram terhadap pemahaman informasi secara umum, belum menganalisis secara spesifik jenis konten atau topik informasi tertentu yang paling berpengaruh terhadap pemahaman masyarakat. Selain itu, penelitian belum membahas secara mendalam faktor-

faktor eksternal seperti literasi digital masyarakat, akses internet, dan karakteristik demografis yang juga memengaruhi pemahaman informasi publik.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan analisis pengaruh media sosial pemerintah daerah dengan menggunakan pendekatan *mixed methods* agar hubungan antara penggunaan media sosial dan pemahaman informasi masyarakat dapat diukur secara lebih komprehensif. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan efektivitas berbagai platform media sosial (Instagram, TikTok, YouTube, Facebook) dalam meningkatkan pemahaman informasi masyarakat untuk memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai strategi komunikasi publik digital pemerintah daerah di Indonesia. Penelitian lanjutan juga dapat memperdalam aspek konten spesifik seperti jenis konten (infografis, video, foto, teks), topik informasi (kebijakan, program, layanan publik, edukasi), dan frekuensi unggahan sebagai faktor yang memengaruhi pemahaman informasi masyarakat. Penelitian dengan pendekatan eksperimen juga dapat dilakukan untuk menguji efektivitas berbagai format konten dalam meningkatkan pemahaman informasi publik. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menganalisis faktor-faktor determinan lain yang memengaruhi pemahaman informasi masyarakat seperti tingkat pendidikan, literasi digital, dan akses internet sebagai variabel moderasi atau mediasi.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Pemerintah Kota Pontianak, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak, Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kota Pontianak, serta seluruh informan yang telah membantu pelaksanaan penelitian. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Bapak Ricky, SE., MMSI selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan, dan masukan. Terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua tercinta, keluarga, serta seluruh civitas akademika Institut Pemerintahan Dalam Negeri yang telah mendukung penyelesaian skripsi ini.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Agustino, L. (2020). *Kepemimpinan dan kebijakan publik*. Rajawali Pers.

Aritonang, D. M. (2017). The impact of e-government system on public service quality in Indonesia. *European Scientific Journal*, 13(35), 99–111. https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n35p99

Astuti, M. W. A. (2023). Analisis media sosial Instagram sebagai sarana pengaduan masyarakat dalam pelayanan administrasi kependudukan Kota Cimahi. *Jurnal Registratie*, 5(1), 20–37. https://ejournal.ipdn.ac.id/jurnalregistratie/article/view/3201

Bonsón, E., Royo, S., & Ratkai, M. (2015). Citizens' engagement on local governments' Facebook sites. An empirical analysis: The impact of different media and content types in Western Europe. *Government Information Quarterly*, 32(1), 52–62. https://doi.org/10.1016/j.giq.2014.11.001

Criado, J. I., Sandoval-Almazan, R., & Gil-Garcia, J. R. (2013). Government innovation through social media. *Government Information Quarterly*, 30(4), 319–326. https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.003

Data Reportal. (2025). *Digital 2025: Global overview report*. Data Reportal. https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report

Effendi, K. (2017). *Administrasi pemerintahan daerah*. IPDN Press.

Effendi, K., & Tukiman. (2020). *Tata kelola pemerintahan daerah*. IPDN Press.

Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: Literature review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937

Gerald, B. (2018). A brief review of independent, dependent and one sample t-test. *International Journal of Applied Mathematics and Theoretical Physics*, 4(2), 50. https://doi.org/10.11648/j.ijamtp.20180402.13

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kartadimadja, A. J. H., & Wijaya, A. S. (2025). Efektivitas Instagram @Pemkotbogor sebagai media informasi publik: Analisis kepuasan masyarakat Kota Bogor berbasis data. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(6), 6084–6093. https://doi.org/10.54371/jiip.v8i6.8291

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509. https://doi.org/10.1086/268109

Kurniawan, T. (2019). *Inovasi sektor publik*. IPDN Press.

Linders, D. (2012). From e-government to we-government: Defining a typology for citizen coproduction in the age of social media. *Government Information Quarterly*, 29(4), 446–454. https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.06.003

Lovejoy, K., Waters, R. D., & Saxton, G. D. (2012). Engaging stakeholders through Twitter: How nonprofit organizations are getting more out of 140 characters or less. *Public Relations Review*, 38(2), 313–318. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.01.005

Mergel, I. (2012). The social media innovation challenge in the public sector. *Information Polity*, 17(3–4), 281–292. https://doi.org/10.3233/IP-2012-000281

Napitupulu, P. (2021). *Governansi digital dan transformasi pelayanan publik*. IPDN Press.

Nugraha, D. A., Priandono, T. E., Ainiyyah, N. F., & Ilham, Y. (2025). Analisis isi konten media sosial Instagram pemerintah Indonesia di tingkat kementerian dan lembaga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 8(2), 98–108. https://doi.org/10.56873/jimik.v8i2.473

Nugroho, R. (2021). *Kebijakan publik di negara berkembang*. Pustaka Pelajar.

Putri, A. I. T. (2019). *Efektivitas penggunaan akun Instagram @hendrarprihadi sebagai media komunikasi dengan masyarakat Kota Semarang*. Universitas Semarang.

Sari, T. A. A. (2021). *Responsivitas pemerintah terhadap partisipasi masyarakat di media sosial (Studi pada pengelolaan akun media sosial Pemerintah Kota Malang)*. Universitas Brawijaya.

Sobaci, M. Z., & Karkin, N. (2013). The use of Twitter by mayors in Turkey: Tweets for better public services? *Government Information Quarterly*, 30(4), 417–425. https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.014

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

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

Suwarno, Y. (2018). *Inovasi di sektor publik*. STIA-LAN Press.

Tukiman. (2019). *Governansi dan administrasi pemerintahan*. IPDN Press.

Usmadi. (2020). Pengujian persyaratan analisis (Uji homogenitas dan uji normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1). https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281

Utami, Y. (2023). Uji validitas dan uji reliabilitas instrument penilaian kinerja dosen. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 4(2), 21–24. https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.

Waters, R. D., Burnett, E., Lamm, A., & Lucas, J. (2009). Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook. *Public Relations Review*, 35(2), 102–106. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.01.006

Willits, F. K., Theodori, G. L., & Luloff, A. E. (2016). Another look at Likert scales. *Journal of Rural Social Sciences*, 31(3).

Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1). https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100