

**ANALISIS FAKTOR PENERIMAAN MEDIA SOSIAL MILIK
PEMERINTAH DI INDONESIA**

(Studi Kasus *Instagram* Dinas Pariwisata Kota Palembang

@charming.palembang)

SKRIPSI

Program Studi Sistem Informasi (Reguler)

Jenjang Strata-1



Oleh

Aulia Syahrani

(09031281924063)

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR PENERIMAAN MEDIA SOSIAL MILIK
PEMERINTAH DI INDONESIA**

**(Studi Kasus *Instagram* Dinas Pariwisata Kota Palembang
@charming.palembang)**

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi
di Program Studi Sistem Informasi S1

Oleh :

Aulia Syahrani 09031281924063

Palembang, Mei 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi

Pembimbing



Endang Lestari Ruskan, M.T.

NIP. 197811172006042001



Dwi Rosa Indah, M.T.

NIP. 198201132015042001

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aulia Syahrani

NIM : 09031281924063

Program Studi : Sistem Informasi Reguler

Judul Skripsi : Analisis Faktor Penerimaan Media Sosial Milik

Pemerintah di Indonesia (Studi Kasus *Instagram* Dinas

Pariwisata Kota Palembang @charming.palembang)

Hasil Pengecekan iThenticate/Turnitin : 15%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan penjiplakan /plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.



Palembang, Mei 2023



Aulia Syahrani
Aulia Syahrani
NIM. 09031281924063

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diterima/*accepted* di Jurnal Penelitian Ilmu dan Teknologi Komputer (JUPITER) (Sinta 4) pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 9 Maret 2023

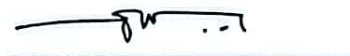
Nama : Aulia Syahrani

NIM : 09031281924063

Judul : Analisis Faktor Penerimaan Media Sosial Pemerintah (Studi Kasus
Instagram Dinas Pariwisata Kota Palembang
@charming.palembang)

Tim Pembimbing :

1. Pembimbing : Dwi Rosa Indah, M.T.



Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T.

NIP. 197811172006042001

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Semua Pengalaman, Kesempatan, Kesulitan, Kesakitan, Kegagalan, Keberhasilan, dan Kebahagiaan yang Kamu rasakan adalah bagian dari proses dalam hidup. One day you feel like you are at the bottom of the earth and then another day you feel like you are on cloud nine. That's okay, all of that is just a cycle, no matter how you choose to see it, whether just from the bad side or the good side, eventually you're gonna experience it all, so just keep going and keep breathing.

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

- 1. Tuhan YME, Allah SWT**
- 2. Diri Saya sendiri**
- 3. Ayah, Ibu, dan adik Saya**
- 4. Sahabat-sahabat dan Teman-Teman Seperjuangan Saya**
- 5. Dosen Pembimbing Saya**
- 6. Dosen, Pegawai, dan Staff Fakultas Ilmu Komputer**
- 7. Jurusan Saya, Sistem Informasi**
- 8. Almamater Saya, Universitas Sriwijaya**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur marilah kita haturkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga tugas akhir yang berjudul “Analisis Faktor Penerimaan Media Sosial Milik Pemerintah di Indonesia (Studi Kasus *Instagram* Dinas Pariwisata Kota Palembang @charming.palembang)” ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Adapun laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, sebagai sumber kekuatan, tempat berkeluh kesah, dan sebagai pembeli pertolongan serta bantuan dalam semua kesulitan yang penulis rasakan selama mengerjakan Tugas Akhir ini.
2. Kedua orang tua penulis yang walaupun tidak menunjukkan secara langsung tetapi selalu memberikan do'a dan dukungan kepada penulis selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Jaidan Jauhari, M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya
4. Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya
5. Ibu Dwi Rosa Indah M.T, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah membantu penulis dengan sepenuh hati selama pengerjaan tugas

akhir ini, dengan bantuan dan bimbingan Beliau lah penulis dapat menjalankan dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan benar.

6. Ibu Dinda Lestarini , selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis dari semester awal hingga semester akhir.
7. Kak Angga, selaku Admin Program Studi Sistem Informasi Reguler yang telah menjadi sumber informasi dan membantu seluruh proses pemberkasan selama mengerjakan Tugas Akhir ini.
8. Dinas Pariwisata Kota Palembang yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian terhadap akun *Instagram* @charming.palembang.
9. Teman-teman seperjuangan bimbingan Ibu Indah, terutama Aurel, Salman, Ifan, dan Riyan yang telah banyak membantu dan berproses bersama penulis selama ini.
10. Aurel Adelia selaku teman seperjuangan selama masa perkuliahan dari awal hingga akhir, Beliau telah membantu dan saling membarsamai dalam suka dan duka selama perkuliahan dan dalam seluruh proses pengerjaan Tugas Akhir ini.
11. Cici Elna Sari selaku teman seperjuangan selama masa perkuliahan dan telah membantu dan saling membersamai dalam suka dan duka selama perkuliahan.
12. Sahabat Mantul-Mantul Gengs dan Reuni Gengs yang telah menjadi penyemangat dan tempat berkeluh kesah penulis.

Terakhir, penulis menyadari bahwasanya Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang dapat membantu dalam membuat Laporan Tugas Akhir ini menjadi lebih baik lagi.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palembang. Mei 2023
Penulis,

Aulia Syahrani
NIM. 09031281924063

**ANALISIS FAKTOR PENERIMAAN MEDIA SOSIAL MILIK
PEMERINTAH DI INDONESIA**

**(STUDI KASUS *INSTAGRAM* DINAS PARIWISATA KOTA
PALEMBANG @CHARMING.PALEMBANG)**

Oleh

Aulia Syahrani

09031281924063

ABSTRAK

Di era internet berkembang pesat saat ini, manusia dituntut untuk dapat beradaptasi dengan perubahan, salah satunya cara berkomunikasi. Komunikasi daring dapat dilakukan melalui media sosial seperti *Instagram*, *Whatsapp*, *Facebook*, dll. *Instagram* sendiri tidak hanya digunakan oleh perorangan melainkan oleh instansi/perusahaan juga. Salah satu instansi yang menggunakan media sosial *Instagram* adalah Dinas Pariwisata Kota Palembang. *Instagram* digunakan sebagai wadah untuk berkomunikasi dan membagikan informasi mengenai promosi wisata yang ada di kota Palembang. Saat ini akun *Instagram* Dinas Pariwisata Kota Palembang, @charming.palembang, masih belum efektif terbukti karena minimnya komunikasi dua arah dan tanggapan dari pembaca (*like*, *comment*, *share*, dll). Oleh karena itu, perlu dilakukan pengukuran penerimaan media sosial dengan menggunakan model *UTAUT* dengan sampel berjumlah 126 orang yang merupakan pengikut akun *Instagram* @charming.palembang. Kemudian, data diolah menggunakan aplikasi *SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan PE dan SI memiliki hubungan yang signifikan terhadap BI namun EE tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap BI. Sementara itu, BI memiliki hubungan signifikan terhadap UB tetapi FC tidak memiliki hubungan signifikan terhadap UB. Untuk variabel moderasi *gender*, *age*, dan *experience* sendiri tidak memoderasi hubungan antara variabel independen dan dependen yang ada.

Kata Kunci : *UTAUT*, Media Sosial, *Instagram*, Dinas Pariwisata, *E-Government*

**ANALYSIS OF ACCEPTANCE OF GOVERNMENT-OWNED SOCIAL
MEDIA IN INDONESIA**

**(CASE STUDY *INSTAGRAM* DEPARTMENT OF TOURISM IN
PALEMBANG CITY @CHARMING.PALEMBANG)**

By

Aulia Syahrani

09031281924063

ABSTRACT

In today's rapidly growing internet era, humans are required to be able to adapt to change, like how to communicate. Courageous communication can be done through social media such as Instagram, Whatsapp, Facebook, etc. Instagram itself is not only used by individuals but by agencies/companies as well. One agency that uses Instagram social media is the Palembang City Tourism Office. Instagram is used as a forum for communicating and sharing information about tourism promotions in the city of Palembang. Currently the Palembang City Tourism Office's Instagram account @charming.palembang is still not proven effective due to the lack of two-way communication and responses from readers (likes, comments, shares, etc.). Therefore, it is necessary to measure social media acceptance using the UTAUT model with a sample of 126 people who are followers of the Instagram account @charming.palembang. Then, the data is processed using the SmartPLS application. Results showed that PE and SI had a significant relationship with BI but EE did not. Meanwhile, BI has a significant relationship with UB but FC did not. For the moderating variables, gender, age, and experience alone do not moderate the relationship between the existing independent and dependent variables.

Keywords : UTAUT, Social Media, Instagram, Tourism Office, E-Government

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 <i>E-Government</i>	7
2.1.2 Media Sosial.....	10
2.1.3 UTAUT (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>) Model	13
2.1.4 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	15
2.1.5 Dinas Pariwisata Kota Palembang	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Langkah-Langkah Penelitian.....	23
3.2 Objek Penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 Jenis dan Sumber Data	25
3.4.1 Jenis Data	25
3.4.2 Sumber Data.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Hipotesis Penelitian	26

3.7	<i>Research Question</i>	29
3.8	Skala <i>Likert</i>	31
3.9	<i>Content Validity</i>	32
3.10	<i>Pilot Test</i>	37
3.11	Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Studi Literatur.....	39
4.2	Perumusan Masalah.....	39
4.3	Perumusan Hipotesis	39
4.4	Penyusunan Kuesioner	40
4.5	Content Validity	40
4.6	Penyebaran Kuesioner Pertama.....	42
4.7	Pilot Test.....	42
4.7.1	Uji Validitas Konvergensi.....	43
4.7.2	Uji Validitas Diskriminan	45
4.7.3	Uji Reliabilitas	46
4.8	Penyebaran Kuesioner Kedua	46
4.9	Demografi Responden	46
4.10	Pengujian <i>Outer Model</i>	48
4.10.1	Validitas Konvergensi.....	49
4.10.2	Validitas Diskriminan	49
4.10.3	Uji Reliabilitas	50
4.11	Pengujian <i>Inner Model</i>	51
4.11.1	R-Square.....	52
4.11.2	Path Coefficient.....	53
4.12	Analisis dan Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Media Sosial <i>Instagram</i> di Indonesia pada Tahun 2022...	2
Gambar 2.1 Platform Sosial Media yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022.....	11
Gambar 2.2 Model UTAUT	14
Gambar 2.3 <i>Instagram</i> @charming.palembang	17
Gambar 3.1 Flowchart Langkah-Langkah Penelitian	23
Gambar 3.2 Pengikut <i>Instagram</i> @charming.palembang	26
Gambar 3.3 Hipotesis Penelitian	27
Gambar 4.1 Model Pengujian Pilot Test	43
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	47
Gambar 4.3 Rentang Umur Responden.....	47
Gambar 4.4 Rentang Lama Responden Mengikuti Akun Instagram @charming.palembang	48
Gambar 4.5 Model Pengujian.....	48
Gambar 4.6 Pengujian Validitas Konvergensi	49
Gambar 4.7 Pengujian Validitas Diskriminan.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 <i>Research Question</i>	29
Tabel 3.2 Skala Likert	32
Tabel 3.3 Konten Validitas <i>Performance Expectancy</i>	32
Tabel 3.4 Konten Validitas <i>Effect Expectancy</i>	33
Tabel 3.5 Konten Validitas <i>Social Influence</i>	34
Tabel 3.6 Konten Validitas <i>Facilitating Condition</i>	35
Tabel 3.7 Konten Validitas <i>Behavioral Intention</i>	36
Tabel 3.8 Konten Validitas <i>Use Behavior</i>	37
Gambar 4.1 Model Pengujian Pilot Test	43
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	47
Gambar 4.3 Rentang Umur Responden.....	47
Gambar 4.4 Rentang Lama Responden Mengikuti Akun Instagram @charming.palembang	48
Gambar 4.5 Model Pengujian.....	48
Gambar 4.6 Pengujian Validitas Konvergensi	49
Gambar 4.7 Pengujian Validitas Diskriminan.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Izin Penelitian dari Kesbangpol Kota Palembang	A-1
Lampiran B Surat Izin Penelitian dari Dinas Pariwisata Kota Palembang	B-1
Lampiran C Surat Keputusan Tugas Akhir (SK TA).....	C-1
Lampiran D Kuesioner Penelitian.....	D-1
Lampiran E Data Penelitian	E-1
Lampiran F Screenshot Proses Submit, In-Review, Accepted, dan Published	F-1
Lampiran G LOA.....	G-1
Lampiran H Hasil Pengecekan Turnitin.....	H-1
Lampiran I Content Validity	I-1

BAB I

PENDAHULUAN

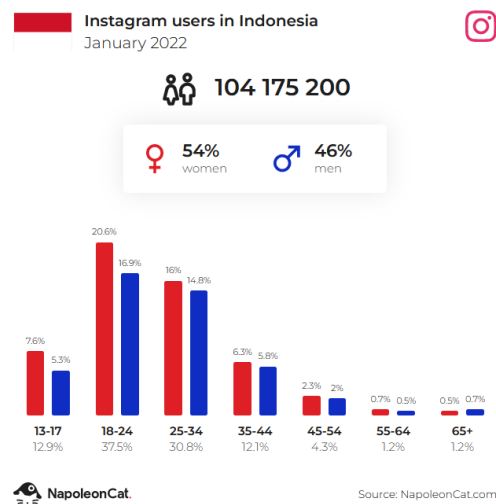
1.1 Latar Belakang

Di era di mana internet berkembang pesat seperti saat ini, kita sebagai manusia dituntut agar dapat beradaptasi dengan berbagai macam perubahan, salah satunya adalah cara berkomunikasi yang sudah pesat dilakukan secara daring, berkomunikasi secara daring dapat dilakukan melalui media sosial yang ada, seperti *WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter*, dll.

Menurut (Mulawarman & Nurfitri, 2017) media sosial merupakan gabungan dari dua kata, yaitu kata media dan kata sosial. Media sendiri dapat diartikan sebagai alat yang digunakan untuk berkomunikasi, sementara sosial dapat diartikan sebagai interaksi yang dilakukan oleh seseorang yang bertujuan untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat sekitarnya.

Media sosial sudah menjadi makanan sehari-hari bagi masyarakat kita, mulai dari yang muda sampai tua, hampir seluruh elemen masyarakat Indonesia yang memiliki akses ke internet menggunakan media sosial, baik itu untuk mencari informasi, media promosi, hiburan, atau pun hanya sekedar untuk berkomunikasi. Berdasarkan data dari dataindonesia.id pada tahun 2022, per Januari 2022, terdapat 191 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia, yang artinya jumlah tersebut mencapai kurang lebih 69% dari jumlah penduduk Indonesia jika dihitung dari data kependudukan semester II tahun 2021 yang dirilis oleh kemendagri di mana jumlah penduduk Indonesia adalah 273.879.750 jiwa.

Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto dan video yang menerapkan filter digital di mana pengguna bisa membagikan konten yang ada ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk *Instagram* itu sendiri. (Feroza & Misnawati, 2020).



Gambar 1.1 Pengguna Media Sosial *Instagram* di Indonesia pada Tahun 2022

(Sumber : <https://napoleoncat.com>)

Berdasarkan informasi yang dikeluarkan oleh NapoleonCat, perusahaan analisis pemasaran media sosial di Polandia, per Januari 2022, terdapat 104.175.200 masyarakat Indonesia yang menggunakan *Instagram* yang artinya jumlah tersebut melebihi setelah dari jumlah keseluruhan pengguna aktif media sosial di Indonesia sesuai dengan data dari dataindonesia.id sebelumnya. 54% dari pengguna merupakan pengguna perempuan dan 46% adalah pengguna laki-laki. Rentang umur pengguna terbanyak adalah dikisaran 18-24 tahun yaitu sebesar 37.5% atau 39.065.700 dari jumlah keseluruhan. Selain untuk berbagi informasi dan aktualisasi diri,

Instagram juga digunakan sebagai tempat promosi (Baskoro & Maulidian, 2019).

Penyebaran informasi untuk promosi melalui *Instagram* tidak memerlukan tenaga dan biaya yang banyak dan waktu yang dibutuhkan pun singkat dan melalui *Instagram*, informasi yang disebar pun beragam, bisa berbentuk tulisan, foto, hingga video. (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Bahkan melalui *Instagram* kita bisa mengiklankan unggahan yang telah kita unggah sehingga bisa dijangkau oleh akun-akun yang tidak mengikuti akun kita.

Instagram di Indonesia tidak hanya digunakan oleh individu-individu saja, melainkan digunakan oleh instansi-instansi dan perusahaan-perusahaan juga, baik itu milik pemerintahan atau bukan. Salah satu instansi milik pemerintahan yang menggunakan *Instagram* adalah Dinas Pariwisata Kota Palembang. Sesuai dengan beberapa poin misi dari Dinas Pariwisata Kota Palembang, yaitu peningkatan pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui sektor kepariwisataan dan meningkatkan minat kunjungan wisata ke Kota Palembang. Media sosial *Instagram* digunakan sebagai wadah untuk berkomunikasi dan membagikan informasi untuk mempromosikan wisata yang ada di Kota Palembang. Sementara itu, komunikasi yang berhasil adalah ketika tidak hanya pemerintah yang berkomunikasi atau menyampaikan informasi kepada masyarakat, melainkan bagaimana masyarakat dan pemerintah dapat saling berkomunikasi/berinteraksi satu sama lain atau terjadinya komunikasi dua arah (Izzati et al., 2018). Media sosial milik pemerintah dapat diakses luas oleh masyarakat yang menggunakan media sosial yang bersangkutan dan penggunaannya dalam hal ini pemerintah dan masyarakat dapat saling

berinteraksi satu sama lain. Masyarakat dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar, mengirim pesan, menyukai unggahan, membagikan unggahan, dan lain-lain. (Izzati et al., 2018). Namun, ketika melakukan observasi langsung pada akun Instagram @charming.palembang, interaksi yang ada sendiri masih kurang, dibuktikan pada unggahan-unggahan yang sedikit mendapat *like* dan komentar, bahkan ada unggahan yang tidak mendapat komentar sama sekali.

Untuk mengetahui apa yang menyebabkan/mempengaruhi permasalahan di atas, dilakukan penelitian dengan menggunakan model UTAUT. UTAUT adalah sebuah model penerimaan teknologi yang diusulkan oleh Viswanath Vankatesh, dkk pada tahun 2003. UTAUT sendiri merupakan hasil pengembangan dari integrasi dari delapan teori dan model terdahulu (Aprianto, 2022) di mana delapan model tersebut adalah TRA, TAM/TAM2, MPCU, IDT, MM, TPB, C-TAM-TPB, dan SCT. Pada UTAUT model terdapat 6 konstruk utama, yaitu Performance Expectancy (PE), Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FC), Behavioral Intention (BI), dan Use Behavior (UB) serta 4 konstruk moderasi, yaitu gender, age, Experience, dan Voluntariness of use. UTAUT bertujuan untuk menjelaskan niat penggunaan dan perilaku penggunaan selanjutnya oleh pengguna (Ananda et al., 2014). UTAUT memiliki keunggulan berupa mampu menjelaskan bagaimana penggunaan teknologi dapat dipengaruhi oleh perbedaan individu yang menggunakan baik dari sisi manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan niat untuk menggunakan (Marchewka & Kostiwa, 2014). Adapun judul dari penelitian yang akan dilakukan adalah "**Analisis Faktor**

Penerimaan Media Sosial Pemerintah di Indonesia (Studi Kasus Instagram Dinas Pariwisata Kota Palembang @charming.palembang)’’.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor apa yang mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap media sosial pemerintah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor yang mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap media sosial pemerintah

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan referensi bagi Dinas Pariwisata Kota Palembang untuk meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap media sosial yang dimiliki.
2. Menjadi Referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya mengenai media sosial pemerintah.

1.5 Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sampel dari penelitian adalah followers dari akun media sosial *Instagram @charming.palembang*.
2. Penelitian bertujuan untuk mengukur faktor penerimaan masyarakat terhadap akun media sosial *Instagram @charming.palembang*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abed, S. (2018). An empirical examination of Instagram as an s-commerce channel. *Journal of Advances in Management Research*, 15(2), 146–160. <https://doi.org/10.1108/JAMR-05-2017-0057>
- Agustin, P. A., & Nuryana, I. K. D. (2022). Analisa Perbandingan Pengguna Aplikasi Tiktok dengan Snack Video menggunakan Metode UTAUT dan EUCS. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(4), 80–90.
- Ananda, D., Fitroh, & Ratnawati, S. (2014). Evaluasi Penerimaan Pengguna Sistem Otomasi TULIS pada Pusat Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan Menggunakan Metode UTAUT. *Konferensi Sistem Informasi Indonesia (Kensefina)*, March 2018, 1–9.
- Aprianto, I. G. L. A. (2022). Tinjauan Literatur: Penerimaan Teknologi Model UTAUT. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 138–144. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v2i1.5377>
- Baskoro, M. L., & Maulidian, M. (2019). Pelatihan Instagram Marketing Untuk Tenant Inkubator Bisnis Trilogi. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 2(1), 19–26. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v2i1.315>
- Evawati Khumaedi. (2016). Pengaruh Disiplin dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Sentra Operasi Terminal PT.Angkasa Pura II. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 68–69.
- Farida, N. (2014). Analisis Model Kepuasan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 5(2), 200–208. <https://doi.org/10.15294/jdm.v5i2.3661>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada pkun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Izzati, A. N., Pratama, A., Aristamy, I. M., Najwa, N. F., & Rakhmawati, N. A. (2018). Kategori Jenis Interaksi Pemerintah dan Masyarakat Serta Popularitas Media Sosial Pemerintah Daerah. *Jurnal Sistem Informasi*, 1–8. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Liana, W. (2017). Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah MBiA*, 16(35), 51–68.
- Lolang, En. (2014).) yaitu hipotesis yang akan diuji. Biasanya, hipotesis ini merupakan pernyataan yang menunjukkan bahwa suatu parameter populasi memiliki nilai tertentu. *Jurnal Kip*, 3(3), 685–696.
- Marchewka, J. T., & Kostiwa, K. (2014). An Application of the UTAUT Model for Understanding Student Perceptions Using Course Management Software. *Communications of the IIMA*, 7(2). <https://doi.org/10.58729/1941-6687.1038>

- Mujahidah. (2013). Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Dan Sosial Keagamaan*, XV(1), 101–114. <https://media.neliti.com/media/publications/145555-ID-pemanfaatan-jejaring-sosial-facebook-seb.pdf>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Nikmatur, R. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 63.
- Notoprasetyo, C. G. (2012). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Kecerdasan Spiritual Auditor Terhadap Kinerja Auditor Pada Kantor Akuntan Publik Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(4), 76–81. <http://jurnal.wima.ac.id/index.php/JIMA/article/view/250>
- Noviana, R. (2015). Manajemen e-Government Berbasis Web Model Government-to-Citizen (G2C) Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah. *Journal Of Policy And Management Review*, 4(1), 88–100.
- Novianti, E., Ruchiyat Nugraha, A., Komalasari, L., Komariah, K., Rejeki, S., & Padjadjaran, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah. *AL MUNIR Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11(1), 48–59. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir>
- Nugraha, J. T. (2018). E-Government dan pelayanan publik e-Government di Pemerintah Kabupaten Sleman. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 2(1), 32–42. <http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/758/547>
- PILENDIA, D. (2020). Pemanfaatan Adobe Flash Sebagai Dasar Pengembangan Bahan Ajar Fisika : Studi Literatur. *Jurnal Tunas Pendidikan*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.52060/pgsd.v2i2.255>
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Prasetyo, D. Y. (2017). Penerapan Metode UTAUT dalam Memahami Penerimaan dan Penggunaan website KKN LPPM Unisi. 6, 26–34.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>

- Rino Tri Hermawan, S. H. (2016). Analisis Pengaruh Tingkat Pengalaman Dan Coaching Style Terhadap Kualitas Kepemimpinan Manajer Proyek Dalam Upaya Peningkatan Produktivitas Di Pt. Jci. *Jurnal PASTI*, XI(1), 84–97.
- SM, A., Lubis, A., & Sabrina, H. (2020). PENGARUH LOYALITAS DAN INTEGRITAS TERHADAP KEBIJAKAN PIMPINAN DI PT . QUANTUM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. *Ekonomi Dan Bisnis*, 2–18.
- Suryadharma, B., & Susanto, T. D. (2017). Faktor Penerimaan Media Sosial Instansi Pemerintah di Indonesia. *INTEGER: Journal of Information Technology*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.31284/j.integer.2017.v2i2.174>
- Technology, C. (2018). *UTAUT Model : Intention to use social media for learning interactive effect of postgraduate gender in South-West Nigeria Michael Olubunmi Odewumi , Mudasiru Olalere Yusuf and Grace O . Oputa. 14(3), 239–251.*
- Trenggonowati, D. L., & Kulsum, K. (2018). Analisis Faktor Optimalisasi Golden Age Anak Usia Dini Studi Kasus Di Kota Cilegon. *Journal Industrial Servicess*, 4(1), 48–56. <https://doi.org/10.36055/jiss.v4i1.4088>
- Wakhyuni, E., & Andika, R. (2019). Analisis kemampuan, komunikasi dan konflik kerja terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Mitha Sarana Niaga. *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 271–278.
- Wirawan, V. (2020). Penerapan E-Government dalam Menyongsong Era Revolusi Industri 4.0 Kontemporer di Indonesia. *Jurnal Penegakan Hukum Dan Keadilan*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.18196/jphk.1101>
- Zamrudi, Z., & Wicaksono, T. (2018). Adopsi Social Commerce: Pemodelan Utaut. *Proceeding of National Conference on Asbis*, 3, 538–549. <http://e-prosiding.poliban.ac.id/index.php/asbis/article/view/348>