

**PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM
PEMENUHAN KEPUASAN INFORMASI *FOLLOWERS***

@bppdkotapalembang

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Hubungan Masyarakat



Disusun Oleh:

Nabila Della Yasyaa

07031281823129

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“Pengaruh Penggunaan Instagram Dalam Pemenuhan Kepuasan
Informasi *Followers* @bppdkotapalembang”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Drajaat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

**Nabila Della Yasyaa
07031281823129**

Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

1. Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd
NIP. 197803022002122002



22 - 09 - 2022

Pembimbing II

2. Miftha Pratiwi, S.Ikom., M.Ikom
NIP. 199205312019032018



21 - 09 - 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM PEMENUHAN
KEPUASAN INFORMASI *FOLLOWERS* @bppdkotapalembang”**

Skripsi

Oleh :

Nabila Della Yasyaa
07031281823129

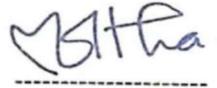
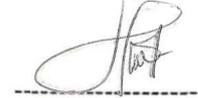
Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 19 Oktober, 2022

Pembimbing :

1. Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd.
NIP. 197803022002122002

2. Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199205312019032018

Tanda Tangan



Penguji :

1. Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199209292020122014

2. Eko Pebryan Java, S.I.Kom., S.I.Kom.
NIP. 198902202022031006

Tanda Tangan



Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Della Yasyaa
NIM : 07031281823129
Tempat dan Tanggal Lahir : Tangerang, 22 Juni 1999
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Instagram Dalam Pemenuhan Kepuasan Informasi *Followers* @bppdkotapalembang.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan, serta pemikiran saya dengan pengaruh dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 4 Oktober 2022

Yang membuat pernyataan,



Nabila Della Yasyaa

NIM. 07031281823129

MOTTO

بِإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Fa inna ma'al usri yusra

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

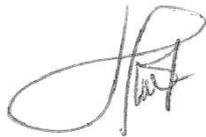
Q.S Al-Insyirah ayat 5

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan membuktikan bagaimana hubungan yang terjadi antara penggunaan media sosial instagram @bppdkotapalembang dalam pemenuhan kepuasan informasi *followers*. Variabel independen pada penelitian ini adalah penggunaan media sosial instagram dan variabel dependennya pemenuhan kepuasan informasi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dan kuantitatif eksplanatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 94 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa penyebaran kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memperoleh kategori sangat baik dengan persentase 83,7%, begitu pula dengan pemenuhan kepuasan informasi yang memperoleh kategori baik dengan persentase 76,75%. Berdasarkan hasil uji statistik *rank spearman* diperoleh angka signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_1 diterima. Angka korelasi menunjukkan angka 0,851 dan berada pada nilai koefisien korelasi 0,76 – 0,99 sehingga kedua variabel menunjukkan hubungan yang kuat dan memiliki arah yang positif.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Kepuasan Informasi

Pembimbing I



Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd
NIP. 197803022002122002

Pembimbing II



Miftha Pratiwi, S.Ikom., M.Ikom
NIP. 199205312019032018

Indralaya, September 2022
Ketua Jurusan Ilmu komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

The Aim of this research wa to know and provve how the relationship that happened between uses of social media instagram @bppdkotapalembang within fulfillment of information satisfication followers. The independent variable of this reasearch is uses of social media instagram @bppdkotapalembang while the dependent variable is fulfillment information satisfication followers. The method used of this research was descriptive quantitative and explanative quantitative. The data collection technique used wa purposive sampling and achieving untul 94 respondents using questionnaire distribution. The result of this research show that uses of social media instagram @bppdkotapalembang gaining the best category with the 83,7% of presentation and fulfillment information satisfication gaining 76,75% of presentation reciprocally. Based on the satisfication test result of rank spearman, signifacant numbers obtaining $0.000 < 0.05$ so that the H1 is acceptable. Correlation numbers showing 0.851 and right at the value of the correlation coefficient 0.76 - 0,99 so that both of variable indicate a very strong relationship and going to the positive direction.

Keywords: Social Media, Instagram, Fulfillment Information Satisfication

Advisor I



Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd
NIP. 197803022002122002

Advisor II



Miftha Pratiwi, S.Ikom., M.Ikom
NIP. 199205312019032018

Indralaya, September 2022
Head of Communication Science Studies Program
Faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University



Dr. Muhammad Hushi Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis tuturkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini adapun penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Strata (S1) Program Studi Ilmu komunikasi di Universitas Sriwijaya. Adapun judul skripsi penulis ialah “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pemenuhan kepuasan Informasi *followers @bppdkotapalembang*”.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis sadar bahwa masih banyak sekali hambatan serta rintangan namun penulis dapat melaluinya berkat bimbingan dan bantuan banyak pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa ta'ala, yang telah memberikan penulis keselamatan, kesehatan, serta pengetahuan yang membersamai penulis sehingga memudahkan penulis dari berbagai rintangan dalam proses penyusunan proposal skripsi ini.
2. Ibu dan keluarga besar, menjadi pihak yang tak henti-hentinya memberikan doa dan perhatian setiap harinya kepada penulis.
3. Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, M.S.C.E selaku rektor Universitas Sriwijaya beserta pihak-pihak dan jajaran yang telah membantu dalam hal kepengurusan Rektorat Universitas Sriwijaya.
4. Prof. Dr, Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta para jajaran yang telah mengurus dekanat, Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.SI selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya.
5. Khoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya serta dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu dan memberi arahan selama proses penulisan skripsi ini hingga selesai.
6. Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing kedua yang telah bersedia meluangkan banyak sekali waktu untuk memberikan ilmu, arahan, serta masukan selama proses penyusunan skripsi hingga selesai.

7. Semua dosen di Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik terkhusus semua dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya, terima kasih atas ilmu yang diberikan kepada penulis selama proses pembelajaran di Universitas Sriwijaya. Sekaligus terima kasih banyak untuk staf administrasi dan pegawai yang ikut berperan penting dalam proses penyusunan dan keperluan-keperluan yang berkaitan dengan proses administrasi kampus Universitas Sriwijaya.
8. Pipit Puspita Sari sebagai sahabat yang paling mensupport dan memberi dukungan, serta teman-teman di kosan mama lela yang selalu memberi keceriaan dan keramaian, dan teman-teman lintas jurusan yang selalu memberikan arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
9. Metawin Opas-iamkajorn atau biasa disebut Win, serta Spotify dan CP yang menjadi salah tiga support yang selalu memberikan *mood* dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Nanda Nurul Farodiyah, serta teman-teman Ilmu Komunikasi Kampus Indralaya angkatan 2018, yang selalu berbagi informasi, saling mendukung, dan memberikan motivasi selama proses penyusunan skripsi.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan semoga segala kebaikan dari semua pihak mendapatkan balasan yang lebih banyak dari Tuhan Yang Maha Esa. Semoga skripsi ini dapat menjadi hasil penelitian yang memberikan manfaat bagi kita semua khususnya menambah rujukan baru dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Indralaya, 5 Oktober 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Teoritis.....	9
1.4.2. Praktis	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Landasan Teori	10
2.2. Media Sosial.....	10
2.2.1. Definisi Media Sosial.....	11
2.2.2. Sifat Media Sosial	12
2.2.3. Jenis Media Sosial	13
2.3. <i>New Media</i>	15
2.4. Instagram	16
2.5. Humas Pemerintah.....	17
2.6. Kebutuhan Informasi	18
2.7. Teori Yang Digunakan Pada Penelitian Ini.....	18
2.7.1. <i>Uses and Gratification</i>	20

2.7.2. Teori 4C.....	23
2.8. Kerangka Teori	24
2.9. Kerangka Pemikiran	27
2.10. Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Rancangan Penelitian	32
3.2. Definisi Konsep.....	32
3.3. Definisi Operasional.....	33
3.4. Unit Analisis dan Observasi	34
3.5. Populasi dan Sampel.....	34
3.5.1. Populasi.....	34
3.5.2. Sampel	35
3.6. Data dan Sumber Data.....	36
3.6.1. Data.....	36
3.6.2. Sumber Data	36
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	36
3.7.1. Uji Validitas Instrumen.....	36
3.7.2. Uji Reliabilitas Instrumen.....	37
3.8. Uji Asumsi Klasik	39
3.8.1. Uji Normalitas.....	39
3.8.2. Uji Linearitas	39
3.8.3. Uji Korelasi.....	39
3.9. Teknik Pengumpulan Data	40
3.9.1. Penyebaran Kuesioner/Angket	40
3.9.2. Dokumentasi	41
3.10. Teknik Analisis Data	42
3.10.1. Analisis Deskriptif.....	42
3.10.2. Analisis Eksplanatif.....	42
3.11. Uji Hipotesis	44
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN.....	47
4.2. Visi dan Misi	48

4.3.	Struktur Organisasi Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang.	49
	BAB V HASIL DAN ANALISIS	51
5.1.	Gambaran Umum Responden	51
5.2.	Analisis Deskriptif Kuantitatif	52
5.2.1.	<i>Context</i>	53
5.2.2.	<i>Communication</i>	55
5.2.3.	<i>Collaboration</i>	57
5.2.4.	<i>Connection</i>	58
5.2.5.	Rekapitulasi Tingkat Pencapaian Keseluruhan Dimensi Variabel Penggunaan Media Sosial Instagram @bppdkotapalembang	59
5.2.6.	<i>Gratification Sought</i>	61
5.2.7.	<i>Gratification Obtained</i>	66
5.2.8.	Rekapitulasi Keseluruhan Dimensi Variabel Pemenuhan Kepuasan Informasi <i>Followers</i> @bppdkotapalembang	70
5.3.	Uji Asumsi Klasik	72
5.3.1.	Uji Normalitas Data	72
5.3.2.	Uji Korelasi Rank Spearman	73
5.3.3.	Hipotesis	74
5.4.	Pembahasan Analisis	75
	BAB VI PENUTUP	79
6.1.	Kesimpulan	79
6.2.	Saran	80
	DAFTAR PUSTAKA	81
	LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1. Definisi Operasional.....	31
Tabel 3.2. Interpretasi Tingkat Reliabilitas	36
Tabel 3.3. Daftar Tabel <i>Skala Likert</i>	37
Tabel 3.4. Kategori Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	46
Tabel 3.5. Kategori Korelasi Koefisien <i>Rank Spearman</i>	47
Tabel 5.1. Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Context</i>	55
Tabel 5.2. Rekapitulasi Dimensi <i>Context</i>	56
Tabel 5.3. Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Communication</i>	57
Tabel 5.4. Rekapitulasi Dimensi <i>Communication</i>	57
Tabel 5.5. Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Collaboration</i>	58
Tabel 5.6. Rekapitulasi Dimensi <i>Collaboration</i>	59
Tabel 5.7. Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Connection</i>	60
Tabel 5.8. Rekapitulasi Dimensi <i>Connection</i>	60
Tabel 5.9. Rekapitulasi Tingkat Pencapaian Dimensi Variabel Penggunaan Media Sosial Instagram @bppdkotapalembang.....	61
Tabel 5.10. Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Gratification Sought</i>	66
Tabel 5.11. Rekapitulasi Dimensi <i>Gratification Sought</i>	67
Tabel 5.12. Distribusi Frekuensi Dimensi <i>Gratification Obtained</i>	71
Tabel 5.13. Rekapitulasi Dimensi <i>Gratification Obtained</i>	71
Tabel 5.14. Rekapitulasi Tingkat Pencapaian Dimensi Pemenuhan Kepuasan Informasi <i>Followers</i>	72
Tabel 5.15. Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i>	73
Tabel 5.16. Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i>	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Data Grafik Pengguna Instagram.....	2
Gambar 1.2. Akun Instagram BPPD Kota Palembang.....	3
Gambar 1.3. Isi Konten Instagram BPPD Kota Palembang.....	4
Gambar 1.4. Pencapaian Target Pajak 2019-2021.....	8
Gambar 2.1. <i>Model Expectancy-Value</i>	20
Gambar 2.2. Alur Pemikiran.....	25
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	50
Gambar 5.1. Jenis Kelamin.....	52
Gambar 5.2. Usia Responden.....	52
Gambar 5.3. Alur Pemikiran Analisis.....	76

BAB I

PENDAHULUAN

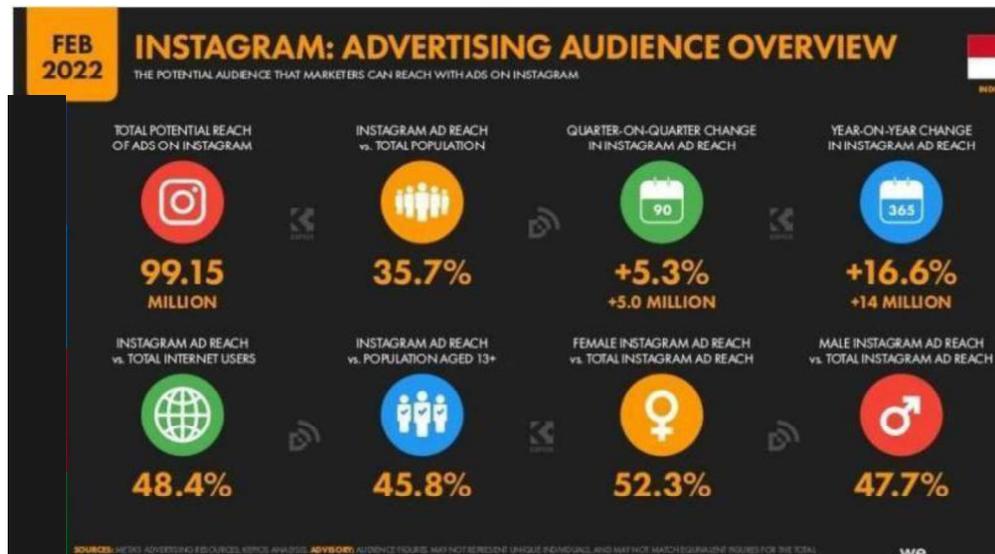
1.1. Latar Belakang

Memasuki era teknologi saat ini banyak peluang bagi kita dalam melakukan berbagai kegiatan dan mengikuti arus modernisasi teknologi yang setiap tahunnya terus berubah dan berkembang. Sebab, saat ini banyak teknologi yang membantu memudahkan kita dalam menerima dan memberikan informasi melalui berbagai media.

Pada perkembangan teknologi ini juga tidak menutup kemungkinan mendukung adanya informasi publik melalui media. Serta banyaknya ragam media yang bermunculan dalam mendukung informasi publik, salah satunya media sosial. Menurut Nasrullah (2015) media sosial merupakan sebuah sarana di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dalam membentuk ikatan sosial secara virtual.

Sedangkan media baru / *new media* adalah istilah dalam menggambarkan ciri khas media yang berbeda dari yang telah ada selama ini. Contohnya televisi, radio, majalah, dan koran. Keempat jenis media tersebut masuk dalam kategori media lama / *old media*. Sedangkan salah satu media sosial yang masuk dalam kategori media baru adalah Instagram. Instagram merupakan *platform* populer yang digunakan oleh banyak masyarakat dunia. Pada kenyataannya penggunaan Instagram saat ini sangat banyak digunakan oleh pengguna.

Data yang tercatat pada suara.com bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai sekitar 191,4 juta di bulan Januari 2022. Sedangkan yang bersumber dari *Business of Apps* menjelaskan bahwa pengguna media sosial Instagram secara global telah mencapai 1,96 miliar pada kuartal 1 2022, yakni meningkat sekitar 1,67% dari kuartal yang sebelumnya. Berikut merupakan grafik terkait pengguna aktif instagram se-Indonesia.



Gambar 1.1. Data Grafik Pengguna Instagram se-Indonesia

Sumber : We Are Social

Pada data grafik tersebut menurut We Are Social diketahui bahwa pengguna Instagram di Indonesia menempati peringkat ke-2 dari sekian banyaknya jenis media sosial di Indonesia yang populer, yakni 99,15 juta atau sekitar 35,7% populasi se-Indonesia per Februari 2022.

Instagram yang merupakan *platform* yang sepenuhnya visual sehingga dalam pemanfaatan media sosial Instagram pun memiliki beragam caranya dan berbagai macam strateginya. Salah satunya dalam meningkatkan branding maupun mengukur algoritma agar sesuai dengan target yang ingin dicapai. Kegiatan tersebut biasa dilakukan pada pemasaran produk-produk sebagai cara marketing dalam mendapatkan konsumen baru atau memasarkan produk maupun merek/*brand* kepada para konsumen. Namun tidak hanya dalam bentuk pemasaran, penggunaan media sosial Instagram juga sangat diperlukan untuk menyebarkan suatu informasi yang mana berperan penting untuk mengajak masyarakat. Menurut Yoo dan Gretzdel (2011) dalam (Vernia, 2017) menjelaskan bahwa media sosial mampu memenuhi kebutuhan individu atas informasi yang dibutuhkannya dengan memberikan informasi yang faktual, spesifik, berbasis pengalaman dan bersifat non-komersial, yang mampu diakses dan didapat melalui

sumber informasi diluar batasan lingkaran kehidupan sosial individu. Salah satunya penggunaan media sosial Instagram saat ini ada pada instansi BPPD Kota Palembang.

Pada Instansi BPPD Kota Palembang ini telah memiliki akun resmi Instagram yang sudah berdiri sejak tahun 2019 untuk menyebarkan informasi terkait pajak. Pada dasarnya, instansi tersebut merupakan instansi pemerintahan yang bertugas untuk melayani masyarakat dalam mengurus pajak, terkhusus pada Kota Palembang. Berikut merupakan data *followers*, postingan dan *following* dari akun Instagram resmi milik BPPD Kota Palembang.



Gambar 1.2. Akun Instagram BPPD Kota Palembang

Sumber : Instagram BPPD Kota Palembang

Hingga saat ini, postingan yang sudah terpublikasi telah mencapai 2000 konten yang beragam dan akan bertambah di setiap harinya. Kemudian, pada postingan di Instagram tersebut lebih berfokus pada informasi terkait aktivitas yang dilakukan. Postingan dari akun @bppdkotapalembang tidak hanya mengandalkan *fitur feed*-nya saja, melainkan juga mengandalkan *story* serta *highlight*. Akun ini juga sudah dibuat sejak tahun 2018 dan memulai secara aktif memposting konten ketika masuk ditahun 2019. Jika dilihat dari aktivitas yang terjadi antara admin dengan khalayaknya terlihat jelas masih pasif atau minimnya intensitas interaksi. Berdasarkan pra riset sebelumnya, hal itu dapat terjadi karena

Isi konten pada media sosial Instagram pun tidak akan lepas dari komunikasi, karena Instagram merupakan sebuah media yang mencakup beragam informasi dan komunikasi antar pengguna, maka berkaitan pula dengan penjelasan sebelumnya bahwa komunikasi yang efektif adalah ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, serta meningkatkan hubungan sosial yang baik, sehingga pada akhirnya mampu menimbulkan suatu tindakan (*action*) (Jalaluddin, 2008:13). Jelasnya intansi BPPD Kota Palembang dalam menggunakan Instagram merupakan salah satu bentuk usaha untuk berkomunikasi secara tidak langsung melalui media sosial dalam menghasilkan akibat ataupun efek pencapaian suatu tujuan yang telah direncanakan. Hal ini merupakan suatu tantangan bagi komunikator yakni BPPD Kota Palembang dalam mengkomunikasikan informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak khususnya melalui media sosial Instagram kepada *followers*-nya, karena penduduk di Kota Palembangnya sudah tidak diragukan lagi dalam menggunakan Instagram, mulai dari masyarakatnya hingga hampir seluruh instansi pemerintah dan dinas terkait juga tak lepas dalam menggunakan Instagram sebagai sarana dalam berkomunikasi dua arah dengan masyarakat luas.

Berdasarkan pra riset sebelumnya, terdapat konsistensi jawaban yang diberikan oleh responden terkait tujuan mereka mem-*follow* akun instagram @bppdkotapalembang adalah untuk memenuhi informasi yang dibutuhkan. Pada wawancara sebelumnya pun peneliti mendapati informasi terkait tujuan dibuatnya akun instagram @bppdkotapalembang, yakni untuk memberikan informasi secara luas kepada pihak masyarakat. Walaupun yang kita ketahui informasi yang diberikan dan disebarluaskan memiliki beragam informasi yangmana bukan hanya berkaitan dalam pemberitahuan terkait pajak, melainkan juga terkait kegiatan yang dilaksanakan.

Penggunaan Instagram pada BPPD Kota Palembang sebetulnya bukan hanya sebatas memberikan informasi saja, melainkan juga berusaha untuk mampu memberikan pelayanan yang terbaik. Sederhananya seperti yang berkaitan dengan pengaduan ataupun komplain melalui interaksi yang dapat dilakukan, salah satunya dapat melalui komentar ataupun melalui pesan personal. Jika dikaitkan

pada penelitian ini, maka komentar dan pesan yang dituju adalah media sosial yang dimanfaatkan oleh BPPD Kota Palembang yaitu Instagram. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wiyanto (2011) berkaitan dengan pengelolaan komplain (pengaduan) masyarakat. Salah satu kutipan pesan di dalam UU Nomor 25 Tahun 2009 terkait pelayanan publik yang merupakan pentingnya pengelolaan pengaduan masyarakat. Dinas atau instansi yang diadakan akan mempengaruhi cepat atau lambatnya proses pengaduan yang ditangani. Beberapa hal yang memungkinkan akan menghambat jalannya pengelolaan pengaduan adalah pertama, adanya ketidakjelasan pengaduan; kedua, respon SKPD terpadu untuk dimintai koordinasi yang kurang; ketiga, masih kurangnya sumber daya manusia yang handal; keempat, sarana dan prasarana yang kurang memadai. Berdasarkan pada poin terakhir yang tertera pada penjelasan sebelumnya dapat diartikan bahwa sarana dan prasarana merupakan salah satu hal terpenting untuk menunjang cepat lambatnya pelayanan dalam menangani pengaduan masyarakat. Begitu pun dengan pemanfaatan media sosial sebagai penunjang dalam menangani pengaduan maupun informasi yang ingin didapat oleh masyarakat.

Kemudian, kualitas informasi dan kualitas pelayanan adalah dua faktor yang mempengaruhi kepuasan masyarakat. Menurut Laudon & Laudon (2005:10) menjelaskan bahwa informasi merupakan data-data yang sudah dibentuk ke dalam suatu format yang memiliki arti dan bermanfaat untuk manusia. Pendapat ini didukung oleh Pamungkas (2015) bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh signifikansi sistem informasi. Sedangkan yang dimaksud dengan signifikansi sistem informasi adalah implementasi dari informasi yang diberikan oleh DJP (Direktorat Jenderal Pajak) yang dapat dimanfaatkan dengan baik jika informasi yang diberikan lengkap dan dapat dimengerti oleh wajib pajak. Pada kualitas dari informasi yang diberikan kepada masyarakat harus secara mendetail dan mencakup pertanyaan-pertanyaan umum yang akan mungkin ditanyakan oleh wajib pajak serta dengan adanya media sosial yang ikut andil dalam membantu wajib pajak untuk mendapatkan informasi dan penyuluhan terbaru dari DJP.

Adapun alasan pendukung lainnya pada penelitian ini, diantaranya:

1. Interaksi pada Instagram @bppdkotapalembang masih kurang

Dalam menggunakan media sosial Instagram pastinya dibutuhkan waktu untuk membangun branding agar masyarakat luas dapat mengetahui eksistensi dari akun tersebut, begitupun dengan akun resmi @bppdkotapalembang. Bahwasanya akun resmi Instagram @bppdkotapalembang ini terbilang lama, karena sudah mencapai kurang lebih 5 tahun. Hal ini dapat dibuktikan ketika peneliti mencoba untuk menggali informasi lebih dalam terkait riwayat dari penggunaan Instagram @bppdkotapalembang tersebut kepada salah satu admin pemegang akun resmi Instagram BPPD Kota Palembang yaitu Pak Aan. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa Instagram @bppdkotapalembang ini sudah dibuat sejak tahun 2018 hingga sekarang mencapai 1.790 followers (diambil pada 3 Maret 2022). Fakta lain juga memaparkan bahwa kontennya baru mulai aktif secara teratur setelah memasuki tahun kedua, ditahun 2019. Hal ini memungkinkan akan mempengaruhi followers dan juga intensitas interaksi yang ada pada akun @bppdkotapalembang seperti *like*, *comment* dan *share*. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya oleh Santoso, Baihaqi dan Persada, (2018:1) mengatakan konten yang diposting dengan mengikuti tipe dan waktu postingannya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *online engagement* (*like* dan komentar). Maka tidak dapat dipungkiri jika penggunaan media sosial Instagram pada akun @bppdkotapalembang memiliki kurangnya intensitas interaksi.

2. Konten yang Diposting Didominasi oleh Kegiatan Pegawai.

Berdasarkan dari pembicaraan sebelumnya oleh Pak Aan selaku admin di Instagram @bppdkotapalembang bahwa konten yang mereka publis lebih terfokus terhadap aktivitas yang dilakukan oleh para karyawan ketika melakukan pendataan pajak di lapangan, walaupun memang tidak lupa untuk menyisipkan beberapa informasi yang memang perlu dipublikasikan agar masyarakat mengetahui informasi tersebut.

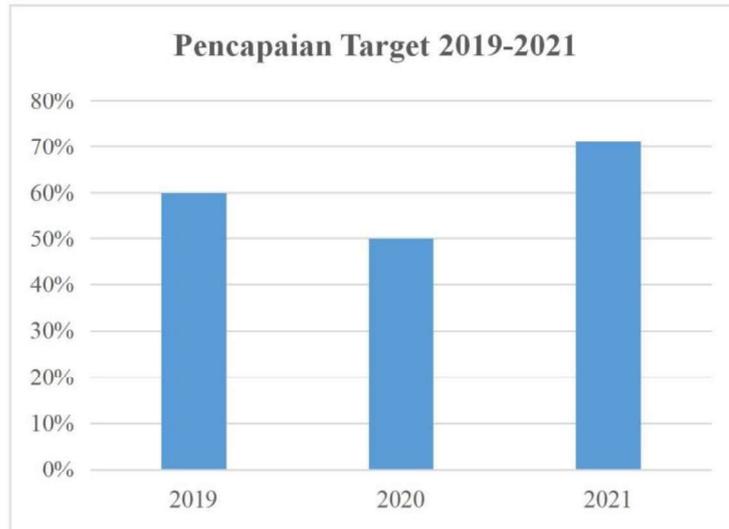
Namun dari beberapa akun Instagram resmi yang digunakan oleh instansi pemerintah lainnya seperti dinkes (dinas kesehatan), dishub (dinas perhubungan)

dan lain sebagainya, tidak hanya memposting dari segi kegiatan yang dilakukan oleh para karyawan. Melainkan lebih memperlihatkan sisi penyampaian informasi yang berguna untuk masyarakat ketika masyarakat membutuhkan beberapa informasi yang memang diperlukan oleh masyarakat maupun prestasi-prestasi yang dimiliki.

3. Belum Mencapai Target Yang Ditentukan Selama 3 Tahun Belakangan

Berdasarkan penjelasan sebelumnya mengenai komunikasi yang efektif menurut (Jalaluddin, 2008) menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif adalah yang mampu memberikan dampak maupun efek berupa tindakan. Keberhasilan yang dicapai oleh BPPD Kota Palembang adalah dengan masyarakat sadar terhadap peran sosialnya yaitu memenuhi kewajiban membayar pajak melalui informasi yang disampaikan oleh @bppdkotapalembang.

Namun, dalam kurun 3 tahun ini yakni ditahun 2019 BPPD (Badan Pengelolaan Pajak Daerah) baru mencapai 60 persen dari target pajak yang ditentukan, yaitu sekitar Rp1,3 triliun, artinya baru mencapai Rp800 miliar (<https://www.gatra.com> 20/11). kemudian, pada tahun 2020 kemarin PAD (pajak Asli Daerah) di Kota Palembang mengalami penurunan akibat covid 19 hingga hampir mencapai 50 persen atau sekitar 617 miliar (<https://www.gatra.com>). Sedangkan pada tahun 2021, dari (<https://www.infosumsel.id>) pada Jumat, 08 Oktober 2021 menjelaskan bahwa pencapaian target yang sudah diupayakan oleh BPPD sudah mencapai 71 persen sebelum 3 bulan ke depan atau jatuh temponya target pajak tahun ini yakni sebesar Rp1,2 triliun, artinya sudah mencapai Rp774 miliar. Berikut merupakan grafik pencapaian target 2019-2021 secara keseluruhan.



Gambar 1.4. Pencapaian Target Pajak 2019-2021

Sumber: diolah peneliti

Dalam mencapai suatu tujuan, tentunya peran media sosial begitu penting sebagai sarana dan prasarana pelayanan secara tidak langsung, serta mampu memberikan informasi yang cukup kepada masyarakat sehingga akan memberikan kesadaran dan kepuasan kepada masyarakat terkait dari pelayanan yang sudah dilakukan oleh pihak pajak untuk membantu masyarakat.

Berdasarkan dari penjelasan tersebut, maka jelaslah pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui terhadap pengaruh pemanfaatan media sosial Instagram dalam pemenuhan kepuasan informasi followers @bppdkotapalembang.

1.2. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini, penulis sudah merumuskan rumusan masalah yang akan dibahas, yakni “seberapa besar pengaruh penggunaan Instagram dalam pemenuhan kepuasan informasi *followers* @bppdkotapalembang?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis merumuskan terkait tujuan pada penelitian ini, yakni untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan Instagram dalam pemenuhan kepuasan informasi *followers* @bppdkotapalembang.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini yang mana diharapkan akan memberikan manfaat bagi para literatur, sebagai berikut:

1.4.1. Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi para literatur ilmu komunikasi serta mampu memberikan wawasan bagi penulis mengenai penggunaan media sosial secara efektif untuk meningkatkan kepuasan masyarakat.

1.4.2. Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan pemahaman kepada literatur bahwa penggunaan media sosial secara efektif bermanfaat dalam pemenuhan kepuasan *followers* terhadap kebutuhan informasi. Sehingga nantinya akan memberikan dampak menguntungkan bagi pihak pengguna media sosial maupun bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfatih. 2016. *Modul Mata Kuliah Metodologi Penelitian*. Indralaya: Fisip Universitas Sriwijaya.
- Alwi. 2020. *Palembang Kehilangan PAD Rp 683 Miliar*.
<https://www.gatra.com/news-482361-ekonomi-2020-palembang-kehilangan-pad-rp-683-miliar.html>
- Atep adya brata. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta Elex Media Kompetindo.
- Beryl, Sara Agatha dan Icha Fajriana. *Pengaruh Kualitas Informasi, Penyuluhan Media Sosial Dan Penerapan E-Ticket Terhadap Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Mendapatkan Pelayanan Tatap Muka (Studi kasus pada KPP Pratama Palembang Ilir Timur)*.
- Databooks. 2021. *10 Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak (Juta) (Hingga Juli 2021)*. <https://databoks.katadata.co.id>
- Effendi, Onong Uchyjana. 2009. *Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana (Prenada Media Group).
- Haeriawati, Nur. 2018. *Efektivitas Penggunaan Media Layanan Homecare Terhadap Kepuasan Informasi Layanan Publik Di Kota Makassar*. Skripsi: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Hanifah, Ishmah. 2021. *Motif, Pola Pengguna, Dan Kepuasan Menggunakan Media (Hubungan Antara Motif Mengikuti Akun Instagram Dan Pola Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Di Kalangan Pengikut Akun Instagram @Femaledailynetwork)*. Skripsi: Universitas Sebelas Maret.
- Haryanto, Nita. 2020. *Kepuasan Informasi Pengikut Akun Instagram @Rahasiagadis*. Skripsi: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Humaizi. 2018. *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USUPress.

- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 8*. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Karim, Iqbal Yusra dan Neni Yulianita. *Peran Instagram @greemerationid Sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan*. *Jurnal Riset Public Relations* 1(2), 123-132, 2021.
- Kasmir. 2017. *Customer Services Excellent (Teori dan Praktik)*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Laudon dan Laudon. 2005. *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital Edisi Delapan*. Diterjemahkan oleh Erwin Philipus. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morrisan. 2014. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Narullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Palmgreen, P. 2001. *Communication Research Measures: A Sourcebook*. The Guildford Press.
- Pamungkas, Galih dalam Wisudawaty, Dewi Arvini. 2018. *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Informasi Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dan Risiko Sebagai Variabel Moderating*. Tesis S2: Universitas Hasanuddin.
- Pamungkas, Galih dalam Wisudawaty, Dewi Arvini. 2018. *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Informasi Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dan Risiko Sebagai Variabel Moderating*. Tesis S2: Universitas Hasanuddin.
- Pasolong, Harbani. 2010. *Kepemimpinan Birokrasi*. Bandung:CV Alfabeta.
- Prihatiningrum, Sri. 2020. *Efektivitas Akun Instagram@Aniesbaswedan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Publik (Analisis Epic Model Pada Akun Instagram @Aniesbaswedan)*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

- Putri, Ade Irma Tyas. 2019. *Efektivitas Penggunaan Akun Instagram @Hendrarpriyadi Sebagai Media Komunikasi Dengan Masyarakat Kota Semarang*. Skripsi: Universitas Semarang
- Rakhmat, Jalaluddin. 2018. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis.
- Setiadi, Ahmad. *Pemanfaatan Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi*. Banten: AMIK BSI Karawang. Jurnal Humaniora, 2016. hlm. 3.
- Shalihah, Nur Fitriatus. 2021. *Sejarah Instagram dan Cerita Awal Peluncurannya*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-cerita-awal-peluncurannya>
- Siregar, Syofan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: KENCANA.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide For Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in The New Web*. New Jersey: John Wiler & Sonc Inc.
- Sugiyono. 2017. *Metode Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tarakci dan Yenicikti. 2016. *Instagram In The Context Of The Uses And Gratifications Approach*. International Association of Social Science Research.
- Tasmalinda. 2019. *BPPD Kota Palembang Targetkan Pencapaian PBB Rp275M*.
<https://www.gatra.com/news-443806-ekonomi-.html>
- Tasmalinda. 2021. *Target Pajak Palembang 2021 Baru Mencapai 71 Persen, Walikota Tekankan Hal Ini*.
<https://sumsel.suara.com/read.2021/12/20/171734/target-pajak-palembang-2021-baru-tercapai-71-persen-wali-kota-tekanan-hal-ini>
- Vernia, D.M. 2017. *Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga*. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*. 1(2):105-118.
- Watie, Erika Dwi Setya. *Komunikasi dan Media Sosial (Communication and Social Media)*. *Jurnal humaniora* 3 (2), 69-74, 2016.

Wiyanto. 2011. *Pengelolaan Komplain (Keluhan) Masyarakat Dalam Mewujudkan Tata Pamong Yang Baik (Good Governance) Di Kota Semarang*. SKRIPSI: hlm. 166.

Yuwono, Eric. 2013. *Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Variety Show "Dahsyat" RCTI*. Jurnal E-Komunikasi: Universitas Kristen Petra. Vol. I. No.1.