

**MEDIA SOSIAL DAN PELAYANAN PUBLIK:  
PENGARUH ADOPSI DAN PENGGUNAAN  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DI DINAS  
PERDAGANGAN PROVINSI SUMATERA  
SELATAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian  
Persyaratan Dalam Menempuh Derajat  
Sarjana S-1 Ilmu Administrasi Publik**



**Oleh:**

**ZAKIATUL ZAHARA  
NIM. 07011281924049**

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI PUBLIK  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
DESEMBER 2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**

**MEDIA SOSIAL DAN PELAYANAN PUBLIK:  
PENGARUH ADOPSI DAN PENGGUNAAN MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KUALITAS  
PELAYANAN PUBLIK DI DINAS PERDAGANGAN  
PROVINSI SUMATERA SELATAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian  
Persyaratan Dalam Menempuh Derajat  
Sarjana S-1 Ilmu Administrasi Publik**

**Oleh:**

**ZAKIATUL ZAHARA  
NIM. 07011281924049**

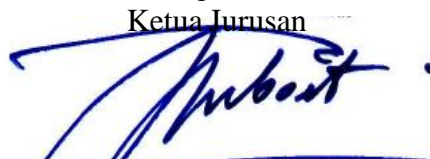
**Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing, 13 Desember 2022**

**Pembimbing**

**Januar Eko Aryansah, S.IP., SH., M.Si  
NIP. 198801272019031005**



Mengetahui,  
Ketua Jurusan

  
**Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA  
NIP. 196911101994011001**

## HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

# MEDIA SOSIAL DAN PELAYANAN PUBLIK: PENGARUH ADOPSI DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DI DINAS PERDAGANGAN PROVINSI SUMATERA SELATAN

## SKRIPSI

Telah Dipertahankan di Depan Tim  
Penguji pada Tanggal 27 Desember 2022  
dan dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

### TIM PENGUJI SKRIPSI

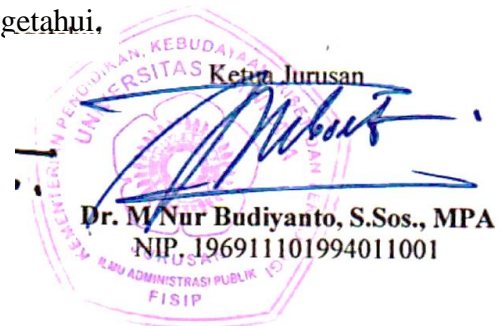
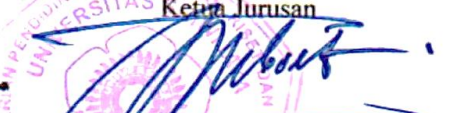
**Januar Eko Aryansah, S.IP., SH., M.Si**  
Ketua

**Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.Si**  
Anggota

**Aulia Utami Putri, S.IP., M.Si**  
Anggota

  
Dekan FISIP UNSRI,  
  
Prof. Dr. Alfitri, M.Si  
NIP. 196601221990031004

Mengetahui,

  
Ketua Jurusan  
  
Dr. M Nur Budiyanto, S.Sos., MPA  
NIP. 196911101994011001

# LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zakiatul Zahara

NIM : 07011281924049

Jurusan : Ilmu Administrasi Publik

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Media Sosial dan Pelayanan Publik: Pengaruh Adopsi dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Yang membuat pernyataan,  
Palembang, 12 Desember 2022



Zakiatul Zahara  
NIM. 07011281924049

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Kamu tidak sedang terlambat, kamu selalu memberikan yang terbaik, kamu tahu bagaimana caranya merasa cukup, kamu tahu bagaimana merasa bahagia dan kamu mampu membagi kebahagiaan itu dengan orang sekitarmu. Dan semua itu bukanlah hal yang mudah untuk fase kamu saat ini tapi kamu mampu melakukannya.”

(Indra Sugiarto)

**Atas Ridho Allah SWT, Skripsi Ini Saya  
Persembahkan Kepada:**

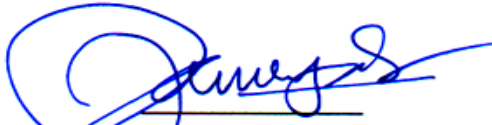
1. Kedua Orang Tua Ayah dan Ibunda
2. 2 Saudara Laki-Laki Saya
3. Rekan Seperjuangan Mahasiswa Ilmu  
Administrasi Publik 2019
4. Sahabat-Sahabat Terbaik
5. Almamater Tercinta

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of the variable adoption and use of Instagram social media on the quality of public services at the South Sumatra Province Trade Office. The method used in this study is quantitative which is processed using the SPSS application. The sample of this study were 48 employees of the South Sumatra Provincial Trade Office and 95 followers of the Instagram account @dinasperdagangansumsel. The data collection technique used is the questionnaire method. The results showed that variable  $X_1$ , namely the Adoption of Instagram variable, had a partial effect on the Quality of Public Service (Y) with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , which means that it had a significant effect on variable Y. On variable  $X_2$ , the variable Use of Instagram Social Media had a partial effect on Public Service Quality (Y) with a significance value of  $0.004 < 0.05$  which means it has a significant effect on variable Y. In addition, Adoption of Instagram Social Media ( $X_1$ ) and Use of Instagram Social Media ( $X_2$ ) have a joint or simultaneous effect on Quality Public Services at the South Sumatra Province Trade Office with an  $F_{count}$  of 47.635. While the value of Sig. F  $0.000 < 0.050$  then the regression analysis model is significant.*


**Keywords:** *Adoption, Use of Instagram, Social Media, Quality of Public Service*

**Advisor**



**Januar Eko Aryansah, S.IP., SH., M.Si**  
NIP. 198801272019031005

**Inderalaya, 13 Desember 2022**  
**Chairman of the Public Administration Department**  
**Faculty of Social and Political Science**  
**Sriwijaya University**



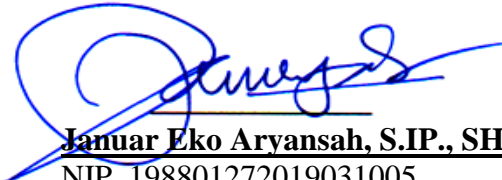
**Dr. M Nur Budiyanto, S.Sos., MPA**  
NIP. 196911101994011001

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel adopsi dan penggunaan media sosial Instagram terhadap kualitas pelayanan publik di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS. Sampel dari penelitian ini yaitu 48 pegawai Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan dan 95 *followers* akun Instagram @dinasperdagangansumsel. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu metode kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  yaitu variabel Adopsi Instagram berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan Publik (Y) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Pada variabel  $X_2$  yaitu variabel Penggunaan Media Sosial Instagram berpengaruh secara parsial terhadap Kualitas Pelayanan Publik (Y) dengan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$  yang berarti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Selain itu, Adopsi Media Sosial Instagram ( $X_1$ ) dan Penggunaan Media Sosial Instagram ( $X_2$ ) berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 47,635. Sedangkan nilai Sig. F  $0,000 < 0,050$  maka model analisis regresi adalah signifikan.

**Kata Kunci: Adopsi, Penggunaan Instagram, Media Sosial, Kualitas Pelayanan Publik**

**Pembimbing**



**Januar Eko Aryansah, S.IP., SH., M.Si**  
NIP. 198801272019031005

**Inderalaya, 13 Desember 2022**  
**Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Universitas Sriwijaya**



**Dr. M Nur Budiyanto, S.Sos., MPA**  
NIP. 196911101994011001

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, yang senantiasa telah memberikan rahmat dan hidayah kepada umatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Media Sosial dan Pelayanan Publik: Pengaruh Adopsi dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S-1) Ilmu Administrasi Publik. Skripsi ini merupakan karya tulis ilmiah yang disusun oleh penulis berdasarkan hasil penelitian mengenai suatu masalah yang dihadapi oleh instansi tempat penelitian yaitu Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan dan memberikan alternatif solusi atas permasalahan tersebut. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk menilai kecakapan mahasiswa sebagai penulis dalam memecahkan masalah secara ilmiah melalui penelitian mandiri, menganalisa dan menarik kesimpulan secara sistematis serta melaporkan hasil penelitian tersebut dalam bentuk skripsi.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, motivasi, sumbangan pemikiran dan arahan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, MSCE, IPU., ASEAN. Eng selaku Rektor Universitas Sriwijaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar dan mengembangkan diri.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Alamsyah, S.IP., M.Si selaku Dosen Pembimbing pada mata kuliah Seminar Usulan Skripsi dan Teknik Penulisan Ilmiah.
5. Bapak Januar Eko Aryansah, S.IP., SH., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa meluangkan waktunya dalam memberikan arahan, bimbingan serta motivasi untuk penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Bapak Drs. H. Ahmad Rizali, MA selaku Kepala Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.
8. Ibu Hj. Nurmalia, SH selaku Sekretaris Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.
9. Bapak Muhammad Renaldo, SH., MH selaku Kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.
10. Seluruh Kepala Bidang dan seluruh pegawai di lingkungan Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.
11. *Followers* akun Instagram @dinasperdagangansumsel yang telah membantu penulis dalam memperoleh data guna kelengkapan skripsi.
12. Orang tua, kedua adikku serta segenap keluarga besar yang telah memberikan



dukungan, motivasi, arahan dan bantuan baik moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

13. Kak Mirna Yunika Abidi yang telah memberikan arahan, bimbingan serta motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Afni, Opi, Tiara, Niken, dan Amel selaku sahabat-sahabat penulis yang memberikan ilmu dan semangat kepada penulis serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi menyempurnakan penulisan skripsi ini. Akhir kata, atas segala bantuan dan perhatiannya penulis ucapkan terima kasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, 1 November 2022



Zakiatul Zahara  
NIM. 07011281924049

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Landasan Teori .....	15
2.1.1 Adopsi Media Sosial Sektor Publik .....	15
2.1.2 Media Sosial .....	16
2.1.3 Instagram .....	24
2.1.4 Informasi Publik .....	31
2.1.5 Pelayanan Publik.....	32
2.2 Teori Yang Digunakan .....	37

2.2.1	Adopsi Media Sosial .....	37
2.2.2	Penggunaan Media Sosial Instagram .....	42
2.2.3	Kualitas Pelayanan Publik .....	45
2.3	Penelitian Terdahulu .....	49
2.4	Kerangka Pemikiran .....	79
2.5	Hipotesis.....	81
2.5.1	Perumusan Hipotesis Secara Parsial .....	81
2.5.2	Perumusan Hipotesis Secara Simultan .....	82
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>83</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	83
3.2	Definisi Konsep.....	83
3.3	Definisi Operasional.....	85
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	90
3.5	Populasi dan Sampel .....	91
3.5.1	Populasi.....	91
3.5.2	Sampel .....	91
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	95
3.7	Teknik Analisis Data .....	96
3.7.1	Uji Kualitas Data .....	97
3.7.2	Uji Statistik Deskriptif .....	101
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	102
3.7.4	Uji Hipotesis .....	103
3.7.5	Uji Model Regresi.....	106
3.8	Jadwal Penelitian.....	108
3.9	Sistematika Penulisan.....	108
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>111</b>
4.1	Wilayah Penelitian .....	111
4.1.1	Deskripsi Wilayah Penelitian.....	111
4.1.2	Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.....	113
4.1.3	Visi dan Misi Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan .....	129
4.1.4	Struktur Organisasi Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan ..	132

4.2 Responden Penelitian .....	134
4.2.1 Gambaran Umum Responden .....	134
4.2.2 Responden Pegawai Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan .	135
4.2.3 Responden Pengikut ( <i>Followers</i> ) Akun Instagram @dinasperdagangansumsel.....	146
4.3 Hasil Penelitian .....	156
4.3.1 Uji Kualitas Data .....	156
4.3.2 Uji Statistik Deskriptif .....	161
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	192
4.3.4 Uji Hipotesis .....	198
4.3.5 Uji Model Regresi.....	206
4.4 Pembahasan .....	208
4.4.1 Pengaruh Adopsi Media Sosial Instagram ( $X_1$ ) Secara Parsial Terhadap Kualitas Pelayanan Publik (Y) Di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.....	208
4.4.2 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram ( $X_2$ ) Secara Parsial Terhadap Kualitas Pelayanan Publik (Y) Di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.....	211
4.4.3 Pengaruh Adopsi ( $X_1$ ) dan Penggunaan Media Sosial Instagram ( $X_2$ ) Secara Bersama-Sama (Simultan) Terhadap Kualitas Pelayanan Publik (Y) Di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan .....	215
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>218</b>
5.1 Kesimpulan.....	218
5.2 Saran.....	219
5.2.1 Saran Teoritis .....	219
5.2.2 Saran Praktis .....	220
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>223</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>230</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Negara Dengan Jumlah Pengguna Internet Tertinggi.....	3
Tabel 2. Dimensi dan Indikator Adopsi yang Digunakan Penulis .....	42
Tabel 3. Dimensi dan Indikator Penggunaan Media Sosial .....	44
Tabel 4. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan yang Digunakan Penulis.....	47
Tabel 5. Penelitian Terdahulu .....	49
Tabel 6. Operasional Variabel.....	85
Tabel 7. Pengukuran Jawaban Berdasarkan Skala Likert .....	97
Tabel 8. Distribusi Nilai $r_{tabel}$ Signifikasi 5% dan 1%.....	99
Tabel 9. Jadwal Penelitian.....	108
Tabel 10. Komposisi Pegawai Berdasarkan Status Kepegawaian .....	133
Tabel 11. Komposisi ASN Berdasarkan Jenis Kelamin.....	133
Tabel 12. Komposisi Pegawai Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	133
Tabel 13. Komposisi Pegawai Berdasarkan Golongan .....	134
Tabel 14. Jumlah Pejabat Yang Ada Pada Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan Sampai Juni 2021.....	134
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Responden Pegawai Berdasarkan Jenis Kelamin .....	136
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Responden Pegawai Berdasarkan Usia .....	137
Tabel 17. Distribusi Frekuensi Responden Pegawai Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	139
Tabel 18. Distribusi Frekuensi Responden Pegawai Berdasarkan Jabatan .....	140
Tabel 19. Distribusi Frekuensi Responden Pegawai Berdasarkan Golongan .....	141
Tabel 20. Distribusi Frekuensi Responden Pegawai Berdasarkan Bidang .....	142
Tabel 21. Distribusi Frekuensi Responden Pegawai Berdasarkan Masa Kerja ..	145
Tabel 22. Distribusi Frekuensi Responden <i>Followers</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	147
Tabel 23. Distribusi Frekuensi Responden <i>Followers</i> Berdasarkan Usia .....	149
Tabel 24. Distribusi Frekuensi Responden <i>Followers</i> Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	151

Tabel 25. Distribusi Frekuensi Responden <i>Followers</i> Berdasarkan Pekerjaan ..	152
Tabel 26. Distribusi Frekuensi Responden <i>Followers</i> Berdasarkan Asal	
Kota/Kabupaten .....	154
Tabel 27. Hasil Uji Validitas Pegawai .....	157
Tabel 28. Hasil Uji Validitas Followers Akun Instagram	
@dinasperdagangansumsel .....	159
Tabel 29. Hasil Uji Reliabilitas .....	160
Tabel 30. Skala Kategori Jawaban Responden .....	161
Tabel 31. Distribusi Frekuensi Variabel Adopsi Media Sosial	
Instagram ( $X_1$ ) .....	161
Tabel 32. Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Media Sosial	
Instagram ( $X_2$ ) .....	169
Tabel 33. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan Publik (Y)	
Menurut Pegawai .....	176
Tabel 34. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan Publik (Y)	
Menurut Pengikut ( <i>Followers</i> ) Akun Instagram	
@dinasperdagangansumsel .....	183
Tabel 35. Kualitas Pelayanan Publik Menurut Pegawai dan <i>Followers</i>	
Instagram .....	191
Tabel 36. Uji Normalitas Menggunakan <i>Non Parametrik One Sample</i>	
Kolmogrov-Smirnov .....	194
Tabel 37. Hasil Uji Multikolinearitas .....	195
Tabel 38. Hasil Uji Spearman untuk Heterokedastisitas.....	197
Tabel 39. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	198
Tabel 40. Hasil Uji t (Parsial).....	202
Tabel 41. Hasil Uji F (Simultan).....	204
Tabel 42. Hasil Regresi Linier Berganda.....	206

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. Persentase Responden Pegawai Berdasarkan Jenis Kelamin.....	136
Diagram 2. Persentase Responden Pegawai Berdasarkan Usia .....	138
Diagram 3. Persentase Responden Pegawai Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	139
Diagram 4. Persentase Responden Pegawai Berdasarkan Jabatan.....	140
Diagram 5. Persentase Responden Pegawai Berdasarkan Golongan.....	141
Diagram 6. Persentase Responden Pegawai Berdasarkan Bidang .....	143
Diagram 7. Persentase Responden Pegawai Berdasarkan Masa Kerja .....	145
Diagram 8. Persentase Responden <i>Followers</i> Berdasarkan Jenis Kelamin .....	148
Diagram 9. Persentase Responden <i>Followers</i> Berdasarkan Usia .....	150
Diagram 10. Persentase Responden <i>Followers</i> Berdasarkan Pendidikan Terakhir ....	151
Diagram 11. Persentase Responden <i>Followers</i> Berdasarkan Pekerjaan .....	153
Diagram 12. Persentase Responden <i>Followers</i> Berdasarkan Asal Kota/Kabupaten .....	155

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Platform Media Sosial Yang Banyak .....	5
Gambar 2. Ringkasan Pengguna Instagram Di Indonesia Tahun 2022 .....	6
Gambar 3. Tampilan Akun Instagram Dinas Perdagangan.....	7
Gambar 4. Tidak Adanya Komentar Balasan .....	9
Gambar 5. Postingan Instagram @dinasperdagangansumsel .....	10
Gambar 6. Logo Instagram .....	25
Gambar 7. Kerangka Pemikiran.....	81
Gambar 8. Kantor Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.....	112
Gambar 9. Bagan Susunan Organisasi .....	132
Gambar 10. Uji Normalitas Menggunakan <i>P-Plot</i> .....	192
Gambar 11. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	196



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian Menurut Pegawai .....	231
Lampiran 2. Kuisisioner Kualitas Pelayanan Publik Menurut <i>Followers</i> Instagram @dinasperdagangansumsel Melalui Google Form.....	237
Lampiran 3. Tabulasi Data Responden Pegawai Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.....	241
Lampiran 4. Tabulasi Data Responden Followers Akun Instagram @dinasperdagangansumsel.....	248
Lampiran 5. Tabel Nilai t .....	253
Lampiran 6. Tabel Titik Persentase Distribusi F .....	254
Lampiran 7. Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner.....	255
Lampiran 8. Surat Tugas Dosen Pembimbing .....	256
Lampiran 9. Kartu Bimbingan Seminar Usulan Skripsi .....	257
Lampiran 10. Lembar Perbaikan Seminar Proposal Skripsi .....	258
Lampiran 11. Kartu Bimbingan Skripsi .....	259
Lampiran 12. Surat Izin Penelitian Dari Universitas Sriwijaya.....	260
Lampiran 13. Surat Balasan Izin Penelitian Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan .....	261
Lampiran 14. Lembar Perbaikan Komprehensif .....	262
Lampiran 15. Dokumentasi Instagram.....	262

## DAFTAR SINGKATAN

TAM	: <i>Technology Acceptance Model</i>
UTAUT	: <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>
TOE	: <i>Technology-Organization-Environment</i>
SEI	: <i>Stakeholder Engagement Index</i>
Sumsel	: Sumatera Selatan
Daring	: Dalam Jaringan
KTP	: Kartu Tanda Penduduk
Instagram	: Istan dan Telegram
Instastory	: Instagram Stories
UU	: Undang-Undang
Telematika	: Telekomunikasi dan Informatika
IT	: Informasi Teknologi
TIK	: Teknologi Informasi dan Komunikasi
Humas	: Hubungan Masyarakat
Pemkot	: Pemerintah Kota
Disparbud	: Dinas Pariwisata dan Budaya
Kominfo	: Komunikasi dan Informatika

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi pada bidang pemerintahan menjadi suatu kebutuhan. Pemanfaatan teknologi berguna untuk mentransformasi pelayanan pemerintah menjadi lebih mudah diakses (*accessible*), efektif (*effective*) dan akuntabel (*accountabel*). Pemerintah menghadapi berbagai tekanan dan tuntutan baik dibidang ekonomi, politik, lingkungan, dan sosial untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Sehingga pemanfaatan teknologi, dan khususnya teknologi digital, memungkinkan untuk merespons tekanan tersebut secara lebih efisien dan dengan cara yang lebih transparan dan akuntabel. Dalam menghadapi berbagai tekanan dan tuntutan tersebut, di tahun 2015, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) menerapkan kebijakan pembangunan berkelanjutan yang termasuk dalam dokumen Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*). SDGs berisi 17 landasan pembangunan berkelanjutan yang berlaku mulai tahun 2016 hingga 2030. Dokumen tersebut merupakan lanjutan dari Tujuan Pembangunan Milenium (*Millenium Development Goals/MDGs*) yang berlaku dari tahun 2000 sampai 2015.

SDGs merupakan gabungan antara kesepakatan dalam MDGs dan tujuan-tujuan pembangunan berkelanjutan bagi generasi masa depan. Dalam upaya mengatasi hambatan terhadap SDGs, negara-negara membutuhkan transformasi dalam masyarakat yang lebih kompleks dari sebelumnya. Inovasi maupun teknologi yang digunakan dalam pemerintahan, dapat memberikan pendekatan menyeluruh serta memungkinkan keterlibatan lebih banyak aktor dalam penyelesaian masalah. Hal

tersebut dapat memacu keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan negara (Sudirman & Saidin, 2022).

Transformasi dari pemerintahan yang bersifat tradisional menuju pemerintahan berbasis elektronik harus dipertimbangkan untuk menghasilkan tata kelola pemerintahan yang efisien. Tidak terbatas pada pemanfaatan teknologi yang memperlihatkan kesuksesan adaptif dari suatu daerah, *e-government* yang memiliki sifat pemerintahan terbuka (*open government*) ini juga merupakan manifestasi dari upaya mewujudkan tatanan institusi yang berkembang sesuai tuntutan zaman. Transformasi ini mengkombinasi perubahan organisasi dengan keterampilan baru dalam peningkatan pelayanan publik, partisipasi demokratik, dan pembuatan kebijakan publik. Penerapan teknologi informasi memiliki potensi untuk mengubah hubungan antara pemerintah dengan publik. Penerapan teknologi ini dapat digunakan sebagai sarana komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, meningkatkan kinerja aparatur sipil negara yang terkait dengan pemerintahan sehingga pelayanan yang diberikan menjadi lebih baik. Hal ini terutama berhubungan dengan pencapaian tujuan dari SDGs, yang secara spesifik memuat pembahasan mengenai penguatan institusi. Tujuan yang termuat dalam poin ke-16 dari SDGs, yakni “*develop effective, accountable and transparent institution at all levels*” dalam poin 16.6, serta “*Ensure responsive, inclusive, participatory and representative decision-making at all levels*” dalam poin 16.7, dapat dilihat dan diwujudkan melalui pemerintahan elektronik terbuka (*open e-government*) (Yamin, 2018).

Selain itu, sejak dikeluarkannya Instruksi Presiden No. 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *E-government*, telah banyak daerah yang menerapkan *e-government* dalam pelayanan publik, ditandai dengan banyaknya

lembaga-lembaga pemerintahan yang mulai memanfaatkan kemajuan teknologi informasi guna diaplikasikan sebagai media dalam memberikan kemudahan penyampaian informasi publik dan kemudahan pelayanan publik (Surdin, 2016). Indonesia menduduki peringkat keempat sebagai negara pengguna internet terbesar di dunia (Internet World Stats, 2022). Berdasarkan tingkat pertumbuhan pengguna internet yang dibandingkan dengan jumlah populasi, persentase pertumbuhan penggunaan internet sangat pesat. Perbandingan data secara lengkap ditunjukkan pada tabel 1 di bawah ini.

**Tabel 1. Daftar Negara Dengan Jumlah Pengguna Internet Tertinggi**

No.	Negara	Pengguna Internet (2021)	Pengguna Internet (2000)	Populasi (2021)	Populasi (2000)	Pertumbuhan Internet (2000-2021)
1	China	854,000,000	22,500,000	1,439,062,022	1,283,198,970	3,796 %
2	India	560,000,000	5,000,000	1,368,737,513	1,053,050,912	11,200 %
3	United States	313,322,868	95,354,000	331,002,651	281,982,778	328 %
4	Indonesia	171,260,000	2,000,000	273,523,615	211,540,429	8,560 %
5	Brazil	149,057,635	5,000,000	212,392,717	175,287,587	2,980 %
6	Nigeria	126,078,999	200,000	206,139,589	123,486,615	63,000 %
7	Japan	118,626,672	47,080,000	126,854,745	127,533,934	252 %
8	Russia	116,353,942	3,100,000	145,934,462	146,396,514	3,751 %
9	Bangladesh	94,199,000	100,000	164,689,383	131,581,243	94,199 %
10	Mexico	88,000,000	2,712,400	132,328,035	2,712,400	3,144 %

*Sumber: Internet World Stat, 2021*

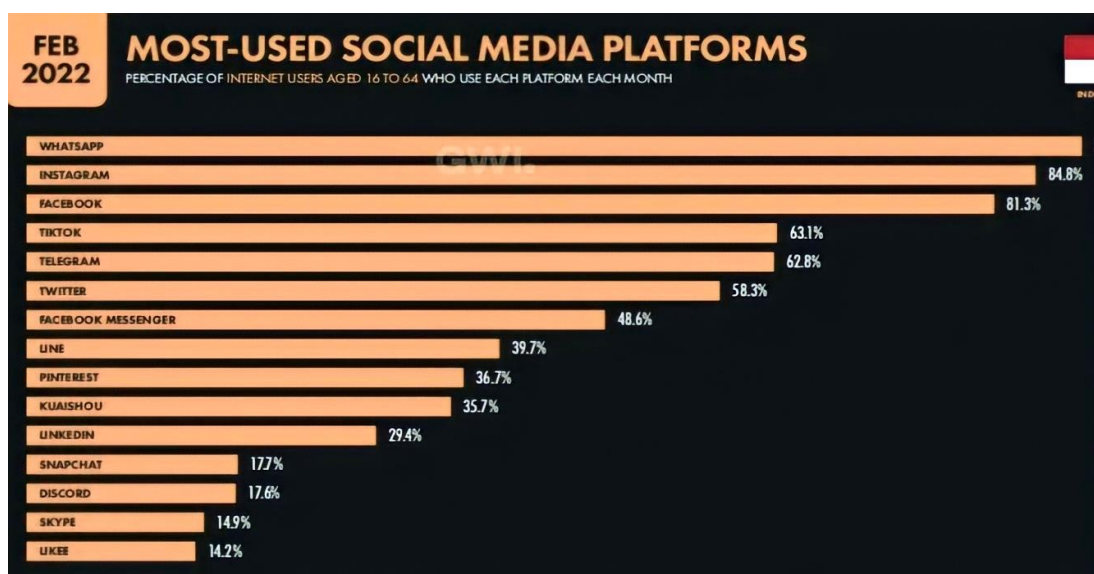
Data serupa juga dipublikasikan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jika dilihat berdasarkan usianya, tingkat penetrasi internet paling tinggi di kelompok usia 13-18 tahun, yakni 99,16%. Posisi kedua ditempati oleh kelompok

usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi sebesar 98,64%. Tingkat penetrasi internet di rentang usia 35-54 tahun sebesar 87,30%. Sedangkan, tingkat penetrasi internet di kelompok umur 5-12 tahun dan 55 tahun ke atas masing-masing sebesar 62,43% dan 51,73%. Berdasarkan tingkat pendapatannya, penduduk dengan pemasukan di atas Rp5.000.000,00 hingga Rp15.000.000,00 paling banyak yang mengakses internet. Tingkat penetrasinya tercatat sebesar 96,83%. Tingkat penetrasi internet di kelompok pendapatan lebih dari Rp15.000.000,00 sebesar 88,53%. Kemudian, persentasenya di kelompok dengan pendapatan lebih dari Rp1.000.000,00 hingga Rp5.000.000,00 sebesar 88,07%. Sementara, kelompok yang pemasukannya kurang dari Rp1.000.000,00 tingkat penetrasinya tercatat sebesar 67,46%. Hal ini menunjukkan bahwa internet telah menjangkau pada seluruh masyarakat. Lebih lanjut, diperoleh sebesar 87,13% menggunakan internet untuk mengakses media sosial sehingga dapat dikatakan bahwa 87,13% aktif menggunakan media sosial (Bayu, 2022). Berdasarkan data tersebut, pengguna internet di Indonesia cukup pesat perkembangannya. Saat teknologi internet dan smartphone semakin maju, maka media sosialpun ikut tumbuh perkembangannya. Kini masyarakat dapat mengakses media sosial dengan mudah dimana saja dan kapan saja menggunakan smartphone.

Dalam meningkatkan pelayanan publik, berbagai cara dapat dilakukan pemerintah daerah. Salah satunya adalah dengan membangun komunikasi dua arah yang efektif dengan masyarakat melalui media sosial (Purworini, 2014). Adanya media sosial sebagai media informasi juga merupakan bentuk aplikasi dari Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, yang menyatakan bahwa negara menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik, dan proses pengambilan

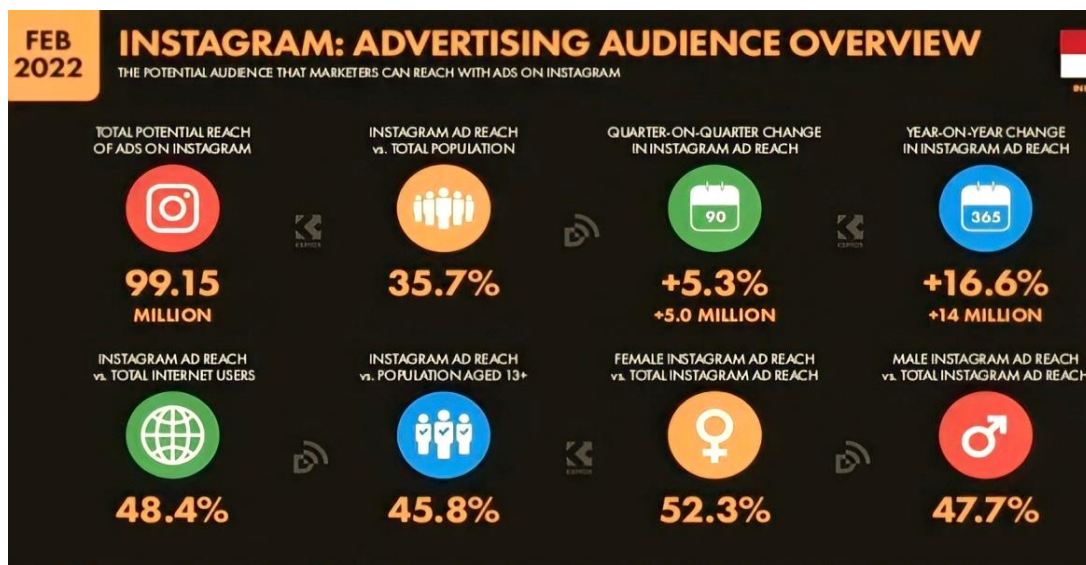
keputusan publik, serta alasan pengambilan suatu keputusan publik (Hafidhah et al., 2020). Ada berbagai macam aplikasi media sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia. Instagram merupakan salah satu aplikasi yang cukup populer di kalangan masyarakat baik dari kalangan menengah atas maupun kalangan menengah bawah. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang meningkat popularitasnya sejak tahun 2010, dengan beberapa fitur pendamping yang menarik seperti siaran langsung (*live*), snapgram, dan IG TV. Instagram digunakan sebagai tempat membagikan segala macam kegiatan dan tempat berkeluh kesah. Dengan Instagram pengguna bebas berbagi cerita, pengalaman, tanpa dibatasi jarak dan waktu dengan *followers*-nya (Novianti et al., 2020).

**Gambar 1. Platform Media Sosial Yang Banyak Digunakan Di Indonesia Tahun 2022**



Sumber: Hootsuite (We are Social) Indonesian Digital Report, 2022

Gambar 2. Ringkasan Pengguna Instagram Di Indonesia Tahun 2022



Sumber: Hootsuite (We are Social) Indonesian Digital Report, 2022

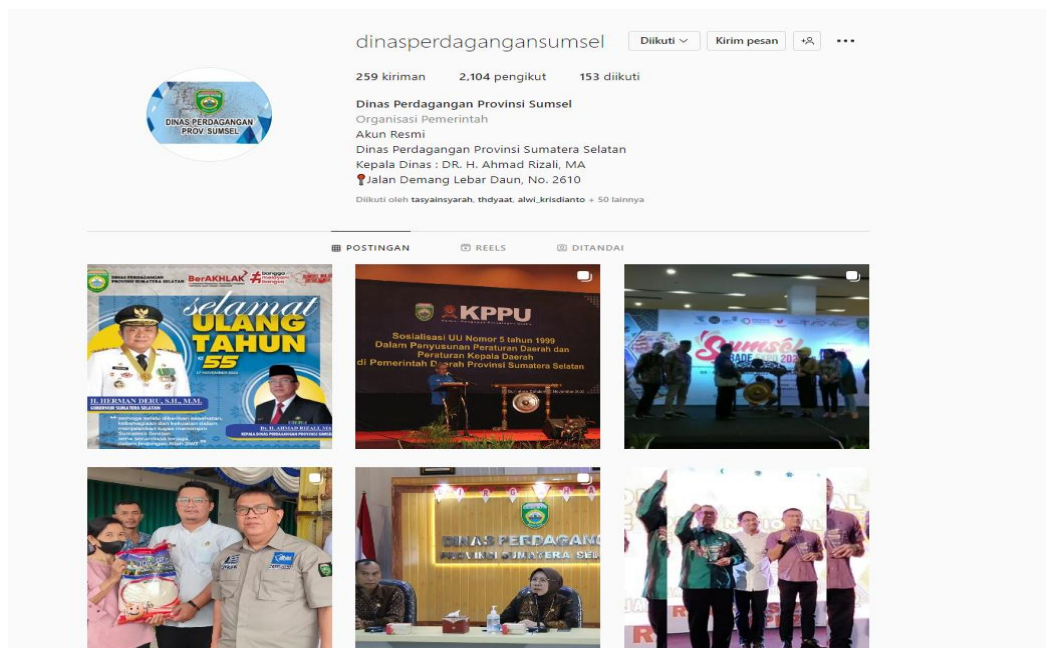
Menurut data Wearesocial.com sebuah perusahaan media dari Inggris mengeluarkan laporan terbaru mereka terkait penggunaan Instagram sekarang. Dalam laporan berjudul “*Instagram Penetration by Country*” Instagram menduduki urutan kedua setelah WhatsApp sebagai platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia Tahun 2022. Selain itu, jumlah pengguna Instagram di Indonesia tahun 2022 yaitu 99,15 juta jiwa (tahun 2021: 85 juta jiwa). Presentase pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan sebesar 52,3% dan presentase pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki sebesar 47,7% (Hootsuite, 2022). Mengingat besarnya potensi masyarakat yang bergabung dengan media sosial, maka pemerintah daerah mau tidak mau harus melakukan adopsi dan penggunaan media sosial untuk dapat berkomunikasi serta sebagai upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik kepada masyarakat (Pangestu et al., 2020).

Pada kenyataannya masyarakat mengalami perubahan karena teknologi, dan mengikuti perkembangan tersebut yang akan memberikan keuntungan tersendiri bagi



pemerintah daerah, terutama dalam upaya meningkatkan pelayanan publik. Meskipun penggunaan media sosial oleh pemerintah telah meningkat pesat belakangan ini dan berbagai studi memperlihatkan manfaat yang dapat diperoleh media sosial, bukan berarti penggunaan media sosial pemerintah ini tanpa risiko (Hastrida, 2021). Karakteristik media sosial yang bersifat dua arah dan diharapkan dapat memberi manfaat dalam komunikasi maupun pelayanan antara pemerintah dan masyarakat akan menjadi percuma bahkan dapat menjadi masalah jika media sosial pemerintah tidak dikelola dengan tepat. Sejumlah tantangan signifikan perlu diperhatikan, di antaranya terkait kebenaran konten, kebijakan dan kerangka kerja tata kelola.

### Gambar 3. Tampilan Akun Instagram Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan



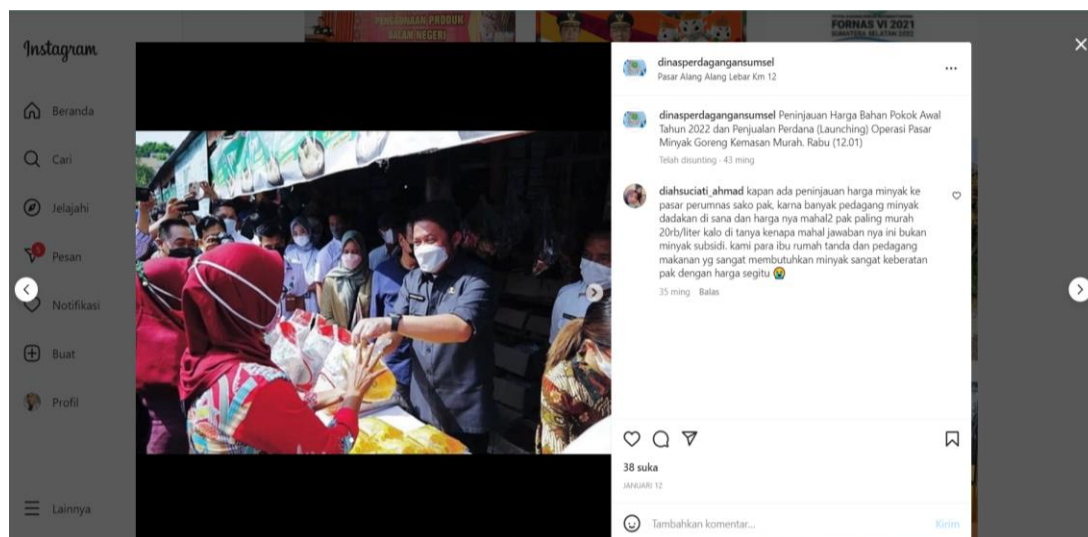
Sumber: Instagram @dinasperdagangansumsel, 2022

Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan memberikan pelayanan publik melalui pemberian informasi pada media sosial Instagram. Untuk dapat melakukan pelayanan yang baik dan efektif sangat dibutuhkan peran media sosial dalam proses reformasi birokrasi dan menciptakan pemerintahan yang baik. Salah satu upaya yang dilakukan Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan dalam peningkatan kualitas pelayanan publik yaitu dengan menerapkan adopsi media sosial Instagram. Adopsi media sosial Instagram adalah suatu model yang digunakan pemerintah sebagai keputusan untuk memanfaatkan penggunaan teknologi baru melalui media sosial. Dengan adanya tren adopsi media sosial yang muncul di organisasi pemerintah, Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan memiliki akun sosial media Instagram yang menyajikan berbagai informasi sebagai upaya peningkatan kualitas pelayanan publik dengan nama akun @dinasperdagangansumsel.

Selain adanya adopsi media sosial, ada faktor lain yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan publik yaitu penggunaan media sosial Instagram. Penggunaan media sosial dianggap menawarkan berbagai kemudahan berkomunikasi untuk membangun hubungan yang interaktif antara pemerintah dan masyarakat sehingga media sosial sering digunakan sebagai instrumen yang bermanfaat untuk partisipasi aktif warga, berbagi informasi, komunikasi dan hubungan online antar pihak. Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan telah melakukan upaya adopsi media sosial, namun dalam pelaksanaannya terdapat permasalahan pada keterbatasan penggunaan media sosial. Karakteristik lembaga pemerintahan seperti Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan cenderung kaku karena terikat dengan berbagai peraturan perundang-undangan membuat penggunaan media sosial oleh pemerintah seperti

Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan menjadi cukup berbeda dengan penggunaan oleh perusahaan swasta maupun perorangan.

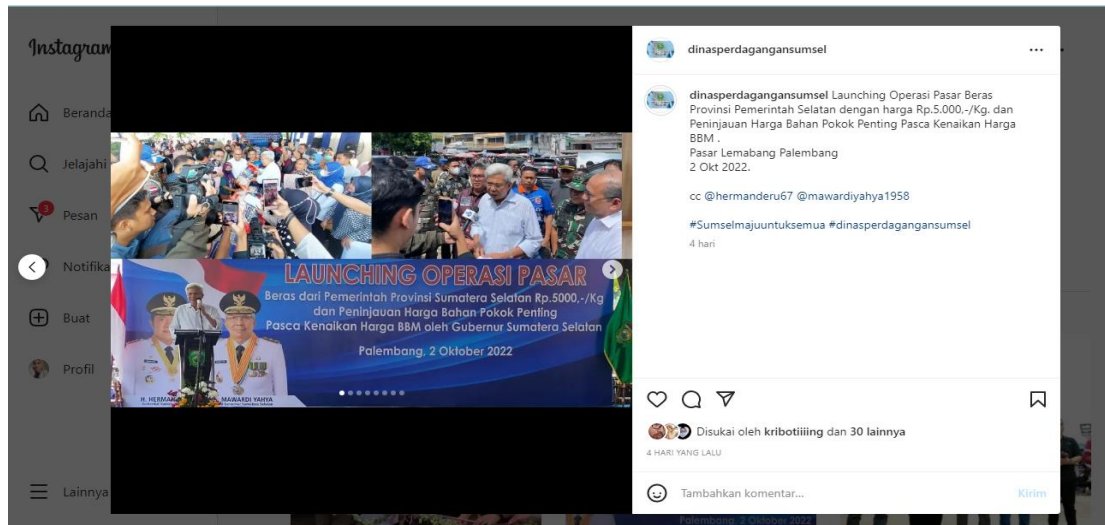
#### Gambar 4. Tidak Adanya Komentar Balasan Dari Akun @dinasperdagangansumsel



Sumber: Instagram @dinasperdagangansumsel, 2022

Keterbatasan penggunaan media sosial juga disebabkan oleh kurang responsifnya pihak akun @dinasperdagangansumsel dalam merespon komentar masyarakat, kurangnya tenaga terlatih serta terkadang tidak adanya pegawai yang mendokumentasikan ketika ada kegiatan atau program. Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan perlu membekali pegawai dengan keterampilan di seluruh sistem seperti sistem canggih dan literasi informasi. Dengan adanya adopsi dan penggunaan media sosial, peran media sosial di bidang pemerintahan seperti pada Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan masih perlu ditelaah kembali terkait dengan arus informasi dan ketersediaan informasi dari pemerintah maupun penggunaan teknologi informasi untuk menyediakan layanan informasi yang inovatif dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik.

**Gambar 5. Postingan Instagram @dinasperdagangansumsel Program *Launching* Operasi Pasar Beras Di Pasar Lemabang Kota Palembang**



*Sumber: Instagram @dinasperdagangansumsel, 2022*

Dengan adanya adopsi dan penggunaan media sosial Instagram, Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan diharapkan dapat menjadi lebih responsif dan transparan, mempromosikan kemitraan pemerintah lebih efisien, dan memberdayakan warga dengan membuat pengetahuan dan sumber daya lainnya dapat diakses secara langsung. Penggunaan media sosial ini dapat mendekatkan hubungan dengan masyarakat yang pada akhirnya meningkatkan partisipasi masyarakat dan meningkatkan reputasi Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan publik. Berbagai pernyataan di atas memberikan pemahaman betapa pentingnya pengaruh adopsi dan penggunaan media sosial Instagram terhadap kualitas pelayanan publik di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan dukungan Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan dalam menjalankan adopsi dan penggunaan media sosial Instagram.

Peneliti juga melakukan telaah pustaka mengenai adopsi dan penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah. Menurut Khairunnisa, K., & Anggadwita, G. (2018) pada penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh efektifitas media sosial twitter terhadap *government open communication* pada masyarakat Bandung memberikan hasil bahwa keefektifan masyarakat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan pemerintah berada dalam kategori yang tinggi atau baik dengan menggunakan motif komunikasi terbuka dengan pemerintah dalam mewujudkan Bandung *Smart City*. Menurut Santoso, A. D., Rinjany, D. K., & Bafadhal, O. M. (2020) dalam penelitian *social media and local government in indonesia: adoption, use and stakeholder engagement* memberikan hasil bahwa pemerintah telah melakukan upaya untuk meningkatkan keterlibatan dengan berbagi konten yang berisi promosi kegiatan pemerintah dengan strategi yang digunakan adalah berbagi konten dengan foto dan video. Menurut Pangestu, T. A., Suryana, C., & Muhaemin, E. (2020) dalam penelitian adopsi inovasi media sosial Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka memberikan hasil bahwa media sosial efektif dalam mempublikasikan informasi, jangkauan luas, biaya operasional lebih murah dan prosesnya lebih mudah. Antusiasme masyarakat dengan media sosial Disparbud Kabupaten Majalengka, berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan.

Adapun juga menurut Rahmanto, N. A. (2022) dalam penelitian media sosial dan persepsi publik tentang *good governance* pada pemerintah daerah di Solo Raya menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi publik tentang *good governance* dan ketiga aspeknya. Temuan penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan transparansi pemerintah dan partisipasi warga. Selain itu, menurut

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022) dalam penelitian pengaruh penggunaan media sosial Instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers memberikan hasil bahwa variabel penggunaan media sosial (X) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kebutuhan informasi (Y) dengan menggunakan empat dimensi penggunaan media sosial menurut Chris Heuer (dalam Solis, 2010:263), yaitu *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Berdasarkan rujukan dari telaah pustaka yang telah peneliti sebutkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai pembahasan tersebut karena pada saat ini hampir seluruh kementerian dan lembaga khususnya pemerintah daerah menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, menyampaikan informasi, kebijakan dan capaian-capaiannya sebagai upaya memenuhi kebutuhan informasi dan meningkatkan kualitas pelayanan publik kepada masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Media Sosial dan Pelayanan Publik: Pengaruh Adopsi dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah adopsi media sosial Instagram berpengaruh terhadap kualitas pelayanan publik di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan?
2. Apakah penggunaan media sosial Instagram berpengaruh terhadap kualitas pelayanan publik di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan?

3. Apakah adopsi dan penggunaan media sosial Instagram secara bersama-sama berpengaruh terhadap kualitas pelayanan publik di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mencari jawaban atas rumusan masalah diatas, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh adopsi media sosial Instagram terhadap kualitas pelayanan publik di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap kualitas pelayanan publik di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.
3. Untuk mengetahui adopsi dan penggunaan media sosial Instagram secara bersama-sama berpengaruh terhadap kualitas pelayanan publik di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Dari segi teoritis diharapkan penelitian ini mampu memberi kontribusi keilmuan serta pemikiran bagi Ilmu Administrasi Publik. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan atau pengetahuan tentang pengaruh adopsi dan penggunaan media sosial Instagram terhadap kualitas pelayanan publik di Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan dan sebagai penerapan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa bahan masukan untuk koreksi atau perbaikan yang sewajarnya maupun sumbangsih pemikiran untuk kemajuan dan perkembangan Dinas Perdagangan Provinsi Sumatera Selatan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al Rahmah, F., Hafiar, H., & Budiana, H. R. (2022). Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 128–139. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.145>
- Amin, M. (2020). Pengaruh Profesionalisme Aparatur Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Bidang Administrasi Pemerintahan. *Public Policy (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis)*, 1(2), 137–152. <https://doi.org/10.51135/publicpolicy.v1.i2.p137-152>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Askal Basir, M. (2021). Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik. *JEK: Jurnal Efek Komunikasi*, 2(2), 41–48.
- Azizah, R. R. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Pegawai Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelayanan Cek In Counter Stasiun Kereta Api Surabaya Gubeng Jawa Timur)*. Universitas Brawijaya.
- Barata, A. A. (2004). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia. <https://books.google.co.id/books?id=0wfQnzlfnwMC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Bayu, D. (2022). *APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta Pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>
- DePietro, R., Wiarda, E., & Fleischer, M. (1990). *The Context for Change: Organization, Technology and Environment: Lexington, MA: Lexington Books*.
- Faroqi, A., Noviardi P, Y., Hadiwiyanti, R., & Lathif, T. (2020). Pengaruh Trust Dan Perceived Risk Terhadap Niat Menggunakan E-Government. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 15(1), 40–45. <https://doi.org/10.33005/scan.v15i1.1851>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivriate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidhah, H., Herli, M., & Arifin, M. (2020). Peran Media Sosial dalam Menunjang Kinerja dan Popularitas Institusi Perguruan Tinggi. *Jurnal Serambi Ilmu*, 21(1), 1–17. <https://doi.org/10.32672/si.v21i1.1786>
- Hakim, A. L. (2015). *Pengaruh Komunikasi dan Motiasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Bogor*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Haliq, A. I. S. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mengampanyekan Programutilization Of Social Media To Campaign For Smart Electricity Program In PT . PLN ( Persero ) Region Sulselrabar Listrik Pintar Di PT . PLN (Persero). *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(2), 304–313.
- Hameed, M. A., Counsell, S., & Swift, S. (2012). A Conceptual Model For The Process Of IT Innovation Adoption In Organizations. *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M*, 29(3), 358–390. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2012.03.007>
- Hastrida, A. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 149–165.
- Hermawansyah, A., & Pratama, A. R. (2021). Analisis Profil dan Karakteristik Pengguna Media Sosial di Indonesia dengan Metode EFA dan MCA Analysis of Profiles and Characteristics of Social Media Users in Indonesia using EFA and MCA Methods. *Techno.COM*, 20(1), 69–82.
- Hootsuite. (2022). *Indonesian Digital Report 2022*. We Are Social. <https://wearesocial.com>
- Internet World Stats. (2022). *Top 20 Countries With The Highest Number Of Internet Users*. Internet World Stast.
- Juanda, H. (2017). Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh. *Jurnal Peurawi*, 1(1), 1–22. <http://dx.doi.org/10.22373/jp.v1i1.1988>
- Kaplan, A.M., dan Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Khairunnisa, K., & Anggadwita, G. (2018). Analisis Pengaruh Efektifitas Media Sosial Twitter Terhadap Government Open Communication Dengan Pendekatan

- Technology Acceptance Model (TAM) Pada Masyarakat Bandung Analysis Influence the Effectiveness of Social Media Twitter Against Government Open Co. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1652–1658.
- Kosali, A. Y. (2020). Pengaruh Implementasi Electronic Government (E-Government) Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Kelurahan Plaju Ulu Kecamatan Plaju Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Terminal Informasi Ilmiah*, 12(2), 1–70.
- Kraemer, K. (2006). Information Technology and Administrative Reform: Will E-Government Be Different??. *International Journal of Electronic Government Research*, 2(1), 1–20.
- Lumbanraja, A. D. (2020). Urgensi Transformasi Pelayanan Publik melalui E-Government Pada New Normal dan Reformasi Regulasi Birokrasi. *Administrative Law and Governance Journal*, 3(2), 220–231. <https://doi.org/10.14710/alj.v3i2.220-231>
- Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 4566–4574. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13573/13098>
- Maryam, N. S. (2016). Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, VI(1), 1–18.
- Muazansyah, I. (2018). Pengaruh Kemampuan Kerja (*Work Ability*) dan Kualitas Kerja (*Work Quality*) Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Dinas Sosial Kabupaten Bangkalan. *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 21(1), 48. <https://doi.org/10.30649/aamama.v21i1.98>
- Nasyroh, F. A. (2020). *Strategi Pengelolaan Instagram @infoPONOGORO Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten PONOGORO*. IAIN Ponogoro.
- Noveriyanto, B., Nisa, L. C., Bahtiar, A. S., Sahri, S., & Irwansyah, I. (2018). E-Government Sebagai Layanan Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya (Studi Kematangan E-Government Sebagai Layanan Komunikasi Government to Government, Government to Citizen, Government to Business). *Profetik Jurnal Komunikasi*, 11(1), 37–53. <https://doi.org/10.14421/pjk.v11i1.1371>

- Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11(1), 48–59.  
<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir>
- Oktavya, A. A. (2015). Penerapan (Electronic Government) E-Government Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Dalam Pemberian Pelayanan Di Kota Bontang. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, volume 3(3), hlm. 1437.  
[https://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/10/JURNAL\\_AYU\\_fix\\_\(10-15-15-02-37-23\).pdf](https://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/10/JURNAL_AYU_fix_(10-15-15-02-37-23).pdf)
- Pangestu, T. A., Suryana, C., & Muhaemin, E. (2020). Adopsi Inovasi Media Sosial Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(3), 33–52.
- Prabowo, R. D. (2014). Implementasi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik dalam Upaya Mewujudkan Good Governance ( Kajian Tiga Badan Publik : Bappeda, DPKAD dan Dinas Pendidikan Kota Semarang ). *Jurnal Studi Politik Dan Pemerintah*, 3(3), 1–33.
- Pujani, V., Sermiaty, R., & Tri Wahyu Kotama, D. (2019). Kesiapan Mengadopsi Sistem Informasi Pada Rumah Sakit Pemerintah di Kota Padang. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 5(1), 9–16.  
<https://doi.org/10.25077/teknosi.v5i1.2019.9-16>
- Purworini, D. (2014). Model Informasi Publik di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori di Pemda Sukoharjo. *Jurnal Komuniti*, 6(1), 3–15.
- Putri, A. E. (2020). Pengaruh Konten Akun Instagram @jktinfo terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers (Survei Terhadap Followers Akun Instagram @jktinfo). *Jurnal Ikon Agustus*, 25(2), 129–141.
- Rahmanto, N. A. (2022). Media Sosial dan Persepsi Publik tentang Good Governance pada Pemerintah Daerah di Solo Raya. *Ilmu Komunikasi*, 20(1), 88–100.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2003 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Publik, Pub. L. No. 63/KEP/M.PAN/7/2003, Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara (2003).

[https://perpus.menpan.go.id/uploaded\\_files/temporary/DigitalCollection/Njk4YjQ3YjFjNGQyNjJmYTQ3Mzk1ZmM2NDdmNDZmNzFkMzk3NDQ4ZQ==.pdf](https://perpus.menpan.go.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/Njk4YjQ3YjFjNGQyNjJmYTQ3Mzk1ZmM2NDdmNDZmNzFkMzk3NDQ4ZQ==.pdf)

Undang-Undang RI No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Undang-Undang RI No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, Lembaran Negara RI Tahun 2009.

Rodiah, S. (2017). *Pengaruh Implementasi Motivasi Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan Perspektif Etika Kerja Islam (Studi Pada RSUD Dr. H. Abdul Moeloek Provinsi Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Rogers, E. M. (2003). Diffusion Of Innovations. In *The Oxford Handbook of Organizational Change and Innovation*. Free Press.  
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198845973.013.23>

Santoso, A. D., Rinjany, D. K., & Bafadhal, O. M. (2020). Social media and Local Government in Indonesia: Adoption, Use and Stakeholder Engagement. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 22(3), 21–35.  
<https://doi.org/10.21018/RJCPR.2020.3.307>

Saputra, R. A., Suprpto, & Rachmadi, A. (2018). Penilaian Kualitas Layanan E-Government Dengan Pendekatan Dimensi EGovqual dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus Pada Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(5), 1794–1802.

Sharif, M., Davidson, R., & Troshani, I. (2013). Exploring Social Media Adoption in Australian Local Government Organizations. *International Conference on Information Resources Management (CONF-IRM)*, 1–14.  
<http://aisel.aisnet.org/confirm2013/29/>

Sharif, M. H. M., Troshani, I., & Davidson, R. (2015). Public Sector Adoption of Social Media. *Journal of Computer Information Systems*, 55(4), 53–61.  
<https://doi.org/10.1080/08874417.2015.11645787>

Soetjipto, N. (2013). *Pemanfaatan Media Sosial dan Pengukuran Kinerja Pelayanan Masyarakat*. Penerbit K-Media.

Sofian, & Yuliawati, E. (2022). Pengaruh Penggunaan Instagram @Kemenparekraf.RI Terhadap Tingkat Pemahaman Isi Pesan dan Pemenuhan

- Kebutuhan Informasi Di Masa Pandemi Covind-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media*, 02(02), 129–138.
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. John Wiley & Sons.
- Sudirman, F. A., & Saidin, S. (2022). Pemerintahan Berbasis Elektronik (E-Government) dan Pembangunan Berkelanjutan: Reviu Literatur Sistematis. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 21(1), 44–58. <https://doi.org/10.35967/njip.v21i1.269>
- Sugiarto, M. (2018). *Instagram Marketing*. Jakarta Selatan: PT. Pengembang Lintas Pengetahuan.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, & Alwi. (2019). Keterbukaan Informasi Publik Melalui Media Online Dalam Mewujudkan Transparansi Pengadaan Barang Dan Jasa Di Kota Parepare. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 96–103.
- Surdin, J. (2016). Analisis Kelayakan Implementasi E-Government Dalam Pelayanan Publik Di Bidang Keagrariaan Di Kabupaten Pinrang. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(1), 178–191. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1892/1057>
- Surjandy, Meyliana, Condrobimo, A. R., & Fernando, E. (2020). Analisis Faktor Latar Belakang Penyebaran Pesan atau Informasi Melalui Aplikasi Media Sosial (Studi Kasus Mahasiswa di Indonesia). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 7(4), 719–726. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2020742092>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Syamsul, A., & Nurmandi, A. (2018). *Adopsi Inovasi Teknologi Dalam E-Government (Studi Kasus: Pemerintah Daerah Kabupaten Sidenreng Rappang)*. 1–17.
- Trirahayu, A. A., & Putri, B. P. S. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram @Amazingtasikmalaya Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Objek Wisata Tasikmalaya. *E-Proceeding of Management*, 6(2), 4997–5006.

<https://jabar.bps.go.id/>

- Umar, H. (2008). *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Widodo, J. (2001). *Etika Birokrasi dalam Pelayanan Publik*. Malang: CV. Citra.
- Wismayanti, K. W. D., & Purnamaningsih, P. E. (2022). Transformasi Pelayanan Publik Melalui E-Government Di Masa Era New Normal Pada Pemerintah Daerah Bandung. *Open Journal Systems*, 16(10), 7507–7518.
- Wulandari, A., & Salma, A. N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 5(2), 242–246.
- Yamin, M. (2018). Analisis Open Government dan e-Government di Indonesia Berdasarkan Kerangka Kerja Sustainable Development Goals: Studi Kasus Desa Melung, Kabupaten Banyumas. *Jurnal Hubungan Internasional*, 7(2), 133–142. <https://doi.org/10.18196/hi.72137>
- Yunita, T., Rahmawati, R., & Rusliandy. (2019). Pengaruh Reformasi Pelayanan Publik E- Government Terhadap Revitalisasi Penyelenggaraan Birokrasi Di Kantor Imigrasi Kota Bogor. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(1), 25–35.