

ADOPSI MEDIA SOSIAL DI SEKTOR PUBLIK

**(Studi pada akun Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI
Palembang)**

SKRIPSI

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



Oleh :

YOANA PUTERI ADINDA

NIM. 07011281924085

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
MARET 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

ADOPSI SOSIAL MEDIA DI SEKTOR PUBLIK :

**Studi pada Akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI
Palembang**

SKRIPSI

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

Oleh :

YOANA PUTERI ADINDA

NIM. 07011281924085

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing, 6 Maret 2023

Pembimbing

Dr. Alamsyah, S.IP., M.Si

NIP. 19780182009121002



Mengetahui,
Ketua Jurusan



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



HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

ADOPSI MEDIA SOSIAL DI SEKTOR PUBLIK

(Studi pada Akun Instagram milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang)

SKRIPSI

Telah Dipertahankan di Depan Tim

Penguji Pada Tanggal 21 Maret 2023

Dan dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI SKRIPSI

Dr. Alamsyah, S.IP., M.Si

Ketua

Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA

Anggota

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

Anggota



Mengetahui,



MOTTO

“Bukan hal besar yang mampu menghadirkan perubahan, namun hal kecil yang dikerjakan dengan hati.” (Joana)

Atas Berkat Tuhan Yang Maha Esa,

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- **Kedua Orang Tua saya**
- **Adik-adik saya**
- **Teman dan kerabat yang mengasihi saya
dan saya kasihi**
- **Teman-teman seperjuangan**
- **Almamater saya**

ABSTRACT

Adoption of social media in the public sector is a process that at this time should have been internalized by the public sector as a public servant considering that we have entered the era of all-digital services. Research on the adoption of social media in the public sector was conducted at the Class I Immigration Office TPI Palembang. This research was conducted with the aim of identifying the stages of the social media adoption process, especially Instagram, at the Class I Immigration Office TPI Palembang. To achieve the research objectives, this research was carried out using qualitative methods so as to produce analytical and in-depth data.

Data collection in this study was carried out using in-depth interviews with the informants concerned and observation of the official Instagram account belonging to the Class I Immigration Office TPI Palembang and supporting data obtained through observing actor networks. Theory 3 Stages of Social Media Adoption Process in Government by Mergel and Bretschneider (2013) is used by the author as a basis for thinking in this study.

With the data that the author has obtained, the process of adopting Instagram at the Class I Immigration Office TPI Palembang can be concluded as entering Stage 2 of Social Media Adoption in the Government, namely: Coordinated Chaos. With the results of such research, the authors recommend related agencies to continue to develop Instagram adoption so that they can move towards the next stage if the situation and conditions allow.

Keyword : *Social Media Adoption, Instagram, Public Sector.*

Advisor



Dr. Alamsyah, S.IP., M.Si
NIP.197808182009121003

Palembang, 03 April 2023

Head of Public Administration Department
Faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University



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

ABSTRAK

Adopsi media sosial di sektor publik merupakan proses yang pada zaman ini seharusnya sudah diinternalisasi oleh sektor publik sebagai pelayan masyarakat mengingat kita sudah masuk dalam era pelayanan yang serba digital. Penelitian mengenai adopsi media sosial di sektor publik ini dilakukan di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi tahapan proses adopsi media sosial khususnya Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Untuk mencapai tujuan penelitian tersebut, penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif sehingga menghasilkan data yang analitik dan mendalam.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara mendalam dengan informan yang bersangkutan dan observasi akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dan data pendukung yang diperoleh melalui observasi jejaring aktor. Teori 3 Tahapan Proses Adopsi Media Sosial di Pemerintah oleh Mergel dan Bretschneider (2013) digunakan penulis sebagai landasan berpikir dalam penelitian ini.

Dengan data-data yang sudah diperoleh penulis, maka proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dapat disimpulkan masuk kedalam Tahap ke 2 Adopsi Media Sosial di Pemerintah yaitu : *Coordinated Chaos*. Dengan hasil penelitian semacam itu, penulis merekomendasikan instansi terkait untuk terus mengembangkan adopsi Instagram sehingga dapat bergerak menuju tahap selanjutnya apabila situasi dan kondisi memungkinkan.

Kata Kunci : Adopsi Media Sosial, Instagram, Sektor Publik.

Dosen Pembimbing



Dr. Alamsyah, S.IP., M.Si
NIP.197808182009121003

Palembang, 03 April 2023

Ketua Jurusan Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. M. Nuf Budiyanto, S.Sos., MPA
NIP.196911101994011001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yoana Puteri Adinda

NIM : 07011281924085

Jurusan : Administrasi Publik

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “ADOPSI MEDIA SOSIAL DI SEKTOR PUBLIK (Studi pada Akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang)” 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 saya buat tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yang membuat pernyataan
Palembang, 30 Maret 2023

Yoana Puteri Adinda
NIM. 07011281924085



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Adopsi Media Sosial di Sektor Publik : Studi pada Akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang”. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 dalam bidang Ilmu Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sriwijaya .

Tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu menyelesaikan program Kuliah Kerja Administrasi di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Palembang. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Orang tua yang sudah mendukung dalam berbagai bentuk baik materi maupun dukungan moral dari proses perkuliahan sampai penulisan Skripsi.
2. Bapak Prof.Dr.Ir. H. Anis Saggaff,MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
4. Bapak Dr. M. Nur Budiyanto, S.Sos., MPA selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik Universitas Sriwijaya
5. Ibu Aulia Utami Putri, S.IP., M.Si yang telah membimbing sebagai Pembimbing Akademik selama proses perkuliahan
6. Bapak Dr. Alamsyah, S.IP., M.Si yang dengan sabar membimbing dalam proses penulisan skripsi
7. Bapak Mohammad Ridwan, S.Si.,M.Si., selaku Kepala Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang sudah memberikan masukan kepada penulis
8. Ibu Nidya Wijayanti selaku Kasubsi TIKIM Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang sudah memberi masukan dan saran terkait penulisan skripsi
9. Bapak Andika Fodhi Sinaga, S.E selaku admin utama Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang yang sudah banyak memberikan informasi terkait penelitian ini
10. Bapak Achmad Nopransyah, Bapak Paisal Akbar, Bapak Alviano Prasetyo Murti Delianto, S.S, dan Bapak Christovorus Dicky yang berkenan memberikan informasi terkait penelitian ini.
11. Seluruh karyawan ,Pegawai dan staff FISIP Universitas Sriwijaya yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi.
12. Teman-teman satu angkatan yang sudah berproses bersama dalam masa perkuliahan
13. Teman- teman terdekat yang sudah memberikan sumbangan moral selama penelitian ini berlangsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan dan masih jauh dari sempurna dalam berbagai aspek. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Besar harapan penulis agar dikemudian hari skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi siapa saja, khususnya bagi lembaga tempat penulis melakukan penelitian.

Palembang, 7 Maret 2023

DAFTAR SINGKATAN

TPI	: Tempat Pemeriksaan Imigrasi
SDG	: <i>Sustainable Development Goals</i>
ARPA	: <i>Advanced Research Project Agency</i>
CIX	: <i>Commercial Internet Exchange</i>
ARIN	: <i>American Registry for Internet Numbers</i>
APNIC	: <i>Asia-Pacific Network Inovation Center</i>
IP	: <i>Internet Protocol</i>
UU	: Undang-undang
KIP	: Keterbukaan Informasi Publik
KemenPan-RB	:Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Indonesia
AI	: <i>Artificial Intelligence</i>
TIKIM	: Teknologi Informasi dan Komunikasi Imigrasi

DAFTAR ISI

HALAMAN PESETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR SINGKATAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR BAGAN.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Administrasi Publik di Era Revolusi 5.0.....	17
2.1.2 Konsep Inovasi.....	23
2.1.3 Konsep Adopsi.....	24
2.1.4 Konsep Media Sosial.....	26
2.1.5 Karakteristik Media Sosial.....	28
2.1.6 Jenis-jenis Media Sosial.....	30

2.1.7 Adopsi Media Sosial oleh Pemerintah.....	32
2.1.8 A Three-Stage Adoption Process for Social Media Use in Government (3 Tahap Proses Adopsi Sosial Media oleh Pemerintah).....	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39
2.3 Kerangka Pemikiran.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Definisi Konsep.....	53
3.3 Fokus Penelitian.....	55
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	62
3.5 Informan Penelitian.....	63
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.7 Teknik Analisis Data.....	65
3.8 Sistematika Penulisan.....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Gambaran Umum Instansi Terkait.....	69
4.1.1 Sejarah Singkat Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.....	70
4.2 Deskripsi Informan.....	76
4.3 Akun Instagram Resmi Milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang	80
4.4 Hasil Penelitian	83
4.4.1 Tahap 1 : <i>Intrapreneurship and Experimentation</i>	86
4.4.2 Tahap 2 : <i>Order from Chaos</i>	110
4.4.3 Tahap 3 : <i>Institualization and Consolidation</i>	141
4.4.4 Pandangan Eksternal terhadap akun @imigrasi_palembang.....	152
4.4.5 Hasil Temuan Adopsi Media Sosial di Sektor Publik : Studi pada Akun Instgaram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.....	157
4.4.6 Tabel Cheklist 3 Tahap Adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.....	166
4.5 Pembahasan	170
BAB V PENUTUP.....	179
5.1 Kesimpulan.....	179
5.2 Saran.....	185

DAFTAR PUSTAKA	187
LAMPIRAN	190

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tampilan Laman Web Resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.....	10
Gambar 2 Tampilan Akun Resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.....	11
Gambar 3 Tampilan Akun Twitter Resmi Milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.....	11
Gambar 4 Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang	69
Gambar 5 Struktur Organisasi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang	72
Gambar 6 Tampilan Akun Instagram @imigrasi_palembang	80
Gambar 7. Konten Unggahan Akun Instagram @imigrasi_palembang	89
Gambar 8. Permenkumham No. 19 Tahun 2018 Tentang ORTA Pasal 18.... 96	
Gambar 9 . Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Ditjen Imigrasi.....	100
Gambar 10. Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai TIKIM	113
Gambar 11. Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai Sie TIKIM	114
Gambar 12. Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai Sie TIKIM.....	114
Gambar 13. Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai Sie TIKIM	115
Gambar 14 . Tampilan Akun Instagram Pribadi Pegawai Sie TIKIM	116
Gambar 15. Logo Akun Terverifikasi @imigrasi_palembang	119
Gambar 16. Hasil Pencarian "imigrasipalembang" di Instagram.....	122
Gambar 17. Banner Informasi Media Sosial Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.....	123
Gambar 18. Baliho Kontak yang dapat dihubungi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.....	124
Gambar 19. Tampilan Google Bussiness Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.....	125
Gambar 20. Tampilan Google Bussiness Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang.....	125

Gambar 21. Akun Instagram @imigrasi_palembang menandai Stakeholder.....	126
Gambar 22. Akun Instagram @imigrasi_palembang menandai Stakeholder.....	126
Gambar 23. Akun Instagram @imigrasi_palembang menandai Stakeholder.....	127
Gambar 24. Interaksi masyarakat di akun @imigrasi_palembang	135

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Graifk Data Pengguna Instagram di Seluruh Dunia	7
Grafik2 Visualisasi Jejaring Aktor Akun Instagram @imigrasi_palembang.....	128
Grafik 3 Hasil Analisis Data menggunakan NVIVO	170

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Tahap 1 : Decentralized, Informal Early Experimentation	36
Bagan 2 Tahap 2 : Order From Chaos	37
Bagan 3. Tahap 3 : Instiutalization and Consolidation.....	38
Bagan 4. Kerangka Pemikiran.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Pengelolaan Media Sosial Direktorat Jenderal Imigrasi.....	190
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	197
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara Penulis dengan Informan AS	212
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara Penulis dengan Informan PA	212
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara Penulis dengan Informan AP	213
Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara Penulis dengan Informan NA	213

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2015, Perserikatan Bangsa-Bangsa sepakat merumuskan 17 tujuan atau target jangka panjang secara global yang dikenal dengan sebutan Sustainable Development Goals (SDG's), yang didalamnya juga memberikan perhatian kepada kemiskinan ekstrim, pelayanan kesehatan yang lebih baik, dan upaya mendorong kesetaraan perempuan. Target kesembilan dari SDG's adalah inovasi, industri dan infrastruktur. Inovasi menjadi sebuah target yang tercantum dalam tujuan ini. Inovasi yang dijalankan oleh organisasi secara global diharapkan dapat menyokong setiap organisasi yang menjadi entitas dalam dunia global mampu berdinamika dan berkembang dengan tetap mempertahankan eksistensinya di dunia modern ini. Inovasi penting dilakukan supaya sebuah organisasi mampu senantiasa relevan dengan lingkungan sekitar yang menjadi input tidak langsung bagi organisasi tersebut mengingat organisasi selalu hidup berdampingan dengan lingkungan. Berdasarkan nilai kesembilan dari SDG's, sudah selayaknya pemerintah sebagai salah satu entiti organisasi global turut menjalankan inovasi tersebut dalam berbagai bidang guna keberlangsungan pelayanan publik yang prima serta sesuai dengan perkembangan zaman. Salah satu bentuk inovasi yang akan menjadi fokus penelitian ini adalah adopsi media sosial oleh pemerintah dalam upaya menyelenggarakan pelayanan publik yang inovatif dan relevan dengan perkembangan zaman.

Alvin Toffler, seorang futurolog menyebut zaman ini sebagai zaman informasi. Toffler berpendapat bahwa orang-orang yang menguasai media informasi dan komunikasi massa modern adalah penguasa di abad 20 Masehi (Setiawan, 2017). Dari pemahaman inilah, muncul asumsi bahwa seiring perkembangan zaman, semakin modern, semakin maju peradaban, masyarakat dituntut untuk semakin akrab dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Mau tidak mau, masyarakat dipaksa untuk “melek” dengan yang namanya teknologi khususnya dibidang komunikasi dan informasi. Hal yang paling sederhana yang dapat diamati dari kehidupan sehari-hari adalah bagaimana perkembangan dari telepon seluler. 20 tahun lalu baru ditemukan telepon seluler dengan fitur-fitur yang sangat sederhana, misal dengan layar satu warna, dan hanya bisa digunakan untuk menelepon dan SMS saja. Mari kita lihat perkembangan ponsel hari ini. Hampir semua orang memiliki telepon pintar atau *smartphone*. Telepon seluler hari ini sudah memiliki berbagai fitur yang kompleks untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Peran koran, dan media berita lainnya bisa digantikan dengan satu benda saja. Kebutuhan perbankan juga bisa diatasi dengan satu ponsel saja. Dalam 20 tahun saja sudah banyak perubahan yang kita rasakan dalam penggunaan telepon seluler.

Seiring berkembangnya alat komunikasi, dalam hal ini telepon seluler, berkembang pula aplikasi serta fitur yang ada didalamnya. Fitur-fitur ini termasuk dalam perangkat lunak yang mendukung penggunaan ponsel tersebut. Ditambah dengan perkembangan internet, maka pada hari ini semua orang dapat merasakan bagaimana “dunia” dapat digenggam. Kehadiran internet menjadi salah satu latar belakang perubahan teknologi komunikasi yang awalnya sangat konvensional menjadi lebih modern dan serba digital. Kehadiran internet juga melatarbelakangi lahirnya

sosial media sebagai sarana atau jembatan bagi masyarakat untuk menggapai segala informasi yang diperlukan. Sosial media merupakan wadah yang menyediakan berbagai macam informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam hal penyediaan informasi, di zaman yang serba digital ini, sosial media menjadi sarana yang cukup diminati masyarakat. Karena pada faktanya, hampir seluruh orang memiliki akun sosial media, entah digunakan hanya untuk sekedar hiburan ataupun untuk pemenuhan kebutuhan akan sebuah informasi tertentu. Perkembangan sosial media yang pesat ini tidak hanya terjadi pada negara negara maju saja, di negara berkembang seperti Indonesia, banyak *user* atau pengguna sosial media dan perkembangan yang pesat ini bisa menjadi pengganti peran media massa konvensional dalam menyebarkan berita atau informasi.

Pada tahun 1920-an, menurut *the Oxford English Dictionary* orang mulai berbicara tentang media masa dan satu generasi. Lalu berkembang lagi pada tahun 1950-an, mulai bicara tentang revolusi komunikasi, akan tetapi perhatian terhadap sarana-sarana komunikasi jauh lebih tua daripada itu. Retorika, yaitu studi tentang seni berkomunikasi secara lisan dan tulisan, sudah mendapat tempat yang sangat terhormat di masa Yunani dan Romawi kuno. Retorika juga dipelajari di abad pertengahan, dan dengan semangat yang lebih besar lagi di zaman *Renaissance*. (*Oxford English Dictionary* dalam Zainudin, 2006)

Media Sosial pertama kali terbentuk pada tahun 1978 dengan penemuan sistem papan buletin, dimana sistem tersebut memungkinkan seseorang mengunggah, mengunduh informasi serta dapat berkomunikasi dengan menggunakan surat elektronik dengan koneksi internet yang disambungkan dengan koneksi internet yang disambungkan dengan telepon modern menggunakan modem. Dua orang penemu

sistem papan buletin adalah Ward Christensen dan Randy Suess dengan latarbelakang seorang yang memiliki minat di bidang komputer pada waktu itu. Perkembangan sosial media pertama kali terjadi pada saat pengiriman surat elektronik pertama oleh peneliti ARPA (*Advanced Research Project Agency*) pada tahun 1971. Lalu di tahun 1995 lahirlah situs *GeoCities*, yaitu sebuah *website* yang menyediakan layanan penyewaan penyimpanan data *website* agar halaman *website* tersebut dapat diakses dari mana saja. Kemunculan *Geocities* inilah yang memprakarsai munculnya website-website lainnya. (Neti, 2011)

Berikutnya di tahun 1997 muncul *website Sixdegrees.com*. *Sixdegrees.com* memungkinkan penggunanya untuk mengatur halaman profil, membuat daftar koneksi serta mengirim pesan dalam jaringan. *Platform* ini memberikan layanan mengirim pesan dan memposting item papan buletin kepada orang lain dalam koneksi tingkat pertama, kedua dan ketiga. Pada tahun 1999, muncul situs yang memungkinkan seseorang untuk membuat halaman situsya sendiri. Situs ini dinamai *Blogger*. Pengguna situs ini dapat menggugah apapun, tulisan berisi kehidupan pribadi hingga kritikan terhadap pemerintah dapat dibagikan di situs *Blogger* ini.

Perkembangan media sosial di Indonesia dimulai sejak tahun 1990 seiring dengan masuknya internet ke Indonesia. Sebelum tahun 1980, ada pengguna di Indonesia yang memanfaatkan CIX (Inggris) dan CompuServe (AS) untuk mengakses internet. Berdasarkan sumber yang diperoleh dari catatan whois ARIN dan APNIC, protokol internet (IP) pertama dari Indonesia, UI-NETLAB (192.41.206/24) didaftarkan oleh Universitas Indonesia pada tanggal 24 Juni 1988.

Ron Jones berpendapat bahwa sosial media adalah sebuah media *online* dimana orang-orang boleh berbicara, berpartisipasi, berjejaring, dan ditandai dengan aktivitas *online*. (Jones, 2019 dalam Kurniasih, 2013) Dengan pendapat semacam ini, Ron Jones menekankan bahwa sosial media adalah sebuah wadah bagi orang-orang untuk berinteraksi secara daring. Kehadiran sosial media mendorong orang-orang untuk saling berdiskusi, memberi tanggapan satu dengan yang lainnya, berkomentar dan membagikan informasi sesuai dengan minat pribadi yang dimilikinya. Jones berpendapat bahwa sosial menekankan pada komunikasi yang bersifat dua arah, lebih dari media tradisional yang hanya mengakomodasi komunikasi satu arah, sosial media memungkinkan orang-orang terhubung dengan *site* serta sumber-sumber lainnya. Sosial media memiliki tendensi untuk mengajak siapa saja yang hendak berpartisipasi menyebarkan maupun menerima sebuah atau banyak informasi dalam jangka waktu yang singkat.

Sebagai sarana penebar informasi, sosial media menyediakan berbagai macam layanan untuk mengakomodir setiap tuntutan ataupun kebutuhan masyarakat salah satunya dengan menghadirkan berbagai macam aplikasi berdasarkan tiap-tiap kebutuhannya. Twitter, Instagram, Facebook, dan sebagainya merupakan beberapa bentuk konkrit dari sosial media itu sendiri. Twitter memberikan wadah bagi masyarakat untuk menerima dan membagikan cuitan cuitan terkait apapun yang menarik bagi mereka. Facebook menyediakan layanan berbagi foto atau video serta tulisan-tulisan yang memungkinkan orang-orang saling melihat unggahan satu sama lain sebagai teman daring, ditambah lagi fitur chatting yang memungkinkan orang-orang berinteraksi dengan cara bertukar pesan secara pribadi antar satu sama lain. Instagram memberikan layanan berbagi momen dalam bentuk foto dan video yang

dapat dibagikan kepada khalayak. Melihat karakteristik aplikasi Instagram ini, rasanya cukup efektif menjadi salah satu media penybearan informasi yang modern dan kekinian. Mengingat fiturnya yang mengedepankan unggahan foto dan video saja. Artinya instagram lebih menonjolkan kemampuan berbagi secara visual daripada tulisan-tulisan seperti yang ditawarkan oleh Twitter dan Facebook.

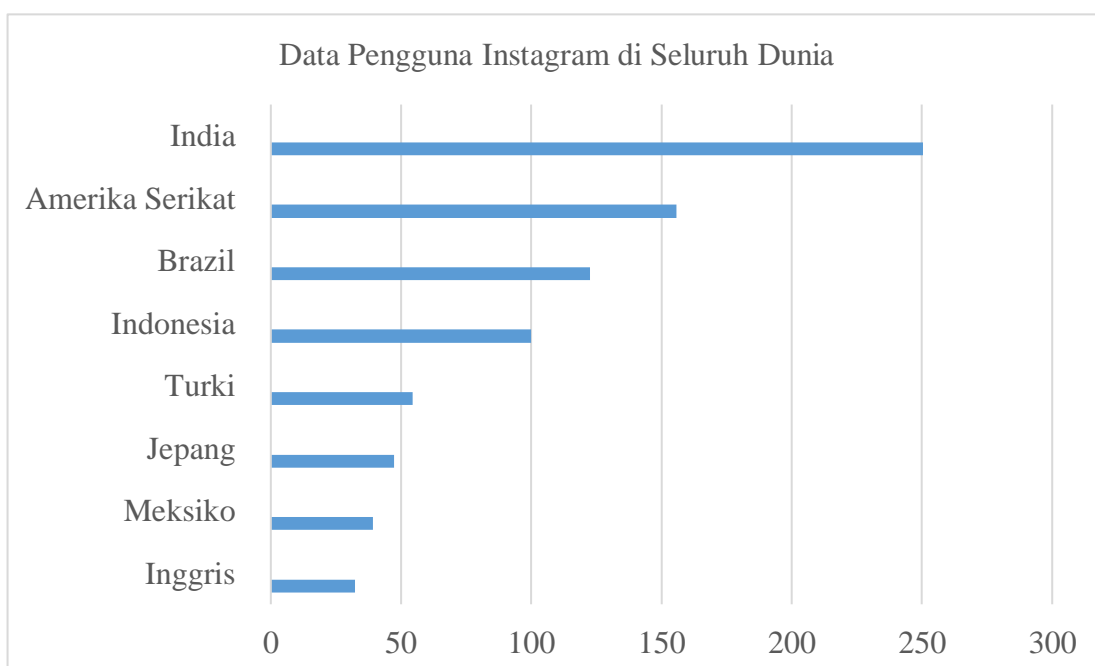
Instagram adalah salah satu *platform* media sosial yang digemari banyak orang akhir-akhir ini. *Instgaram* menyediakan layanan *photo-sharing* serta layanan jejaring sosial daring yang memungkinkan pengguna aplikasi ini untuk mengunggah gambar, menerapkan filter digital dan berbagi hasilnya melalui *platform* media sosial yang lain seperti *Facebook* dan *Twitter*. Instagram dimiliki oleh sebuah perusahaan bernama *America Meta Platfrom* Instagram pertama kali ditemukan oleh Kevin Syntrom pada tahun 2009, seorang mahasiswa lulusan *Stanford University*, yang bekerja di *Nextstop*, sebuah perusahaan *travel recommendations startup*. Instagram pertama kali diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010 dan hanya tersedia untuk IOS.

Instagram pada awalnya hanya mengizinkan konten dibagikan hanya dalam aspek rasio persegi 1:1 640 pixel dengan tujuan menyesuaikan ukura iphone pada saat itu. Pada tahun 2015, fitur ini dikembangkan kembali dengan meningkatkan resolusi unggahan menjadi 1080 pixel, dengan ditambahkan pula fitur pesan pribadi, atau sering disebut dengan fitur *chatting*, fitur *stories* yang memungkinkan penggunaannya berbagi unggahan dalam waktu 24 jam. Hingga saat ini Instagram berkembang menjadi salah satu platform media sosial yang diminati banyak pengguna, karena fitur-fiturnya yang semakin memudahkan penggunaannya untuk berintraksi dengan orang, kapanpun, dimanapun dengan fitur panggilan suara dan panggilan video. Dengan perkembangan yang terjadi mulai dari Instagram diluncurkan sebagai salah satu

platform media sosial, Instagram dinilai sebagai salah satu *platform* yang mampu mempertahankan eksistensinya dalam berbagai tantangan yang ditawarkan di dunia modern masa kini.

Berdasarkan data yang dikemukakan oleh *WeAreSocial* , sebuah badan riset media sosial, Instagram telah menjadi salah satu media sosial terbesar di dunia pada saat ini. Menurut data yang dikemukakan oleh *We Are Social*, Pengguna aktif bulanan (*Monthly Active User/ MAU*), tercatat hingga bulan April 2022 mencapai angka 1,45 miliar pengguna di seluruh dunia. Berikut adalah grafik jumlah pengguna Instagram di dunia per April 2022.

Grafik 1 Graifk Data Pengguna Instagram di Seluruh Dunia



Sumber : Disadur dari *We Are Social*

Dari Grafik 1, dapat dilihat bahwa pengguna Instagram di Indonesia menempati urutan ke 4 terbanyak di seluruh dunia. Hal ini dapat diartikan bahwa peminat Instagram di Indonesia cukup banyak, apabila dibandingkan dengan negara-negara lain di dunia. Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan *Napoleon Cat*, pengguna Instagram di Indonesia rata-rata tergolong dalam kelompok usia 18-24 tahun, dengan jumlah pengguna dalam kelompok usia tersebut sebanyak 33,90 juta. Kelompok usia 25-34 tahun tergolong sebagai kelompok usia kedua terbanyak dalam hal penggunaan Instagram. Dan sisanya, terdiri dari kelompok usia 13-17 tahun, 45-54 tahun, dan 65 tahun keatas. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah Gen Z. Gen Z dikenal dengan generasi yang akrab dengan teknologi atau sering dikenal dengan istilah *Digital-Native*, sehingga wajar apabila pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh Gen-Z. (Rizaty., 2022)

Pada tahun 2021, 76% masyarakat di Indonesia memperoleh informasi melalui media sosial (Vania, 2020). Dari data tersebut, dapat diasumsikan bahwa adopsi media sosial oleh pemerintah merupakan hal yang cukup penting dilakukan pada masa sekarang, mengingat menjamurnya penggunaan media sosial di era perkembangan teknologi 4.0 yang tersebar secara global. Semua hal yang dihadapi di kehidupan sehari-hari semuanya sudah serba digital. Inilah kenyataan lingkungan yang juga harus dihadapi oleh pemerintah. Pemerintah sebagai lembaga utama pelayan masyarakat, harus betul-betul jeli memperhatikan apa yang menjadi tren dalam masyarakat, apabila ingin menjadi sebuah lembaga yang relevan dan tidak tergilas oleh arus perkembangan jaman. Seperti halnya dunia secara global, masyarakat juga sebuah entiti yang dinamis, bergerak mengikuti zaman. Maka sebagai pelayan masyarakat, pemerintah pun harus bergerak seiring perkembangan kebutuhan masyarakat. Apabila pemerintah

mempertahankan cara lama untuk mengatasi setiap tantangan yang terjadi saat ini, besar kemungkinan sulit mencapai layanan yang prima bagi masyarakat. Karena sebagai pelayan, tentu pemerintah harus memposisikan diri untuk menyesuaikan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Media sosial dapat menjadi alternatif bagi pemerintah untuk menyampaikan informasi dan meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat. Dari sudut pandang yang lain, penggunaan media sosial oleh pemerintah membuka peluang bagi pemerintah untuk membangun sistem pemerintahan yang terbuka serta transparan dengan memberikan masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya dalam kemasan yang lebih modern. Sejak dikelurkannya Undang-undang Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (UU KIP), yang diterangkan bahwa informasi adalah sebuah aset publik yang perlu dibagi dengan warga negara. Dengan adanya undang-undang ini memicu kementerian atau lembaga serta berbagai instansi pemerintah berinisiatif menyediakan koneksi bagi masyarakat ke media sosial resmi milik instansi atau lembaga. Di Indonesia, adopsi media sosial sudah mulai dilakukan mulai dari tingkat terendah maupun tingkat pusat. Hal ini dilakukan dengan upaya membangun komunikasi publik yang ditunjukkan dengan pembuatan akun media sosial pada situs web resmi milik pemerintah. Upaya tersebut didukung oleh pemerintah pusat dengan mengeluarkan pedoman resmi pemanfaatan media sosial bagi pemerintah oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (KemenPan-RB). Hal ini mengindikasikan bahwa upaya adopsi media sosial oleh pemerintah memang sudah harusnya berjalan sebagai upaya memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat.

Sebagai salah satu lembaga pemerintah yang memiliki tugas melayani masyarakat, Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang berupaya menghadirkan diri dalam pelayanan modern yang ditunjukkan dengan pembuatan akun media sosial resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Ada beberapa akun sosial media yang dimiliki oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang diantaranya situs web <https://kanimpalembang.kemenkumham.go.id/>, akun *Twitter* @imigrasiPLG dan serta akun *Instagram* @imigrasi_palembang. Berikut adalah beberapa tampilan akun resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang

Gambar 1 Tampilan Laman Web Resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang



Sumber : Disadur dari <https://kanimpalembang.kemenkumham.go.id/>

Gambar 2 Tampilan Akun Resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang



Sumber : Disadur dari https://www.instagram.com/imigrasi_palembang/

Gambar 3 Tampilan Akun Twitter Resmi Milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang



Sumber : Disadur dari <https://twitter.com/imigrasiplg>

Dari 3 akun media sosial resmi yang dimiliki oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, penulis membatasi fokus penelitian hanya kepada satu akun Instagram resmi milik Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang dengan menggunakan pendekatan studi kasus sehingga memungkinkan peneliti untuk menganalisis secara mendalam. Untuk itu, penelitian ini mengarahkan fokus analisis dengan tujuan mengidentifikasi bagaimana adopsi media sosial oleh pemerintah di terapkan pada akun Instagram resmi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang, dari sudut pandang teori 3 Tahap Proses Adopsi Media Sosial Oleh Pemerintah.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang serupa dan dijadikan referensi dalam melakukan penelitian adopsi media sosial Instagram oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Setyorini dalam penelitiannya menemukan bahwa penggunaan akun Tik Tok di kementerian Keuangan memasuki tahap 2 yaitu "*Order of Chaos*" berdasarkan Teori 3 Tahap Adopsi Media Sosial oleh Mergel (Setyorini, 2022). Mergel menyatakan dalam penelitiannya bahwa adopsi sosial media di pemerintah dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu jaringan perhatian pasif di antara praktisi media sosial serta panduan formal dari manajemen puncak (Mergel & Bretschneider, 2013). Santoso kawan-kawan menemukan dalam penelitiannya yang berjudul *Social Media and Local Government in Indonesia: Adoption, Use and Stakeholder Engagement*, menyatakan bahwa walaupun pemerintah sudah mengunggah konten yang berisi informasi, tingkat keterlibatan masyarakat masih rendah. (Santoso, et.al, 2020)

Purworini menyatakan humas Pemda Sukoharjo menganut model komunikasi satu arah, dimana model ini terbentuk karena pengaruh SDM serta peraturan yang berlaku dalam instansi tersebut (Purworini, 2014). Pangestu memperoleh temuan

bahwa media sosial dinilai efektif dalam mempublikasikan informasi, memiliki jangkauan yang luas dan biaya operasional lebih efisien dan relatif mudah dalam pengoperasiannya (Pangestu, 2020). Reddick dan Norris menemukan bahwa pemerintah daerah di Amerika, pada tahun 2011 sudah menggunakan paling tidak satu jenis media sosial dalam upaya pemberian informasi kepada masyarakat. (Reddick & Norris, 2013). Bathia dan Mabbilard menemukan bahwa Kota Swiss dan Austria adalah dua kota yang masih intens menggunakan saluran komunikasi tradisional dan lokal seperti buletin dan jurnal kota, walaupun seiring munculnya Facebook, facebook mulai digunakan tapi tetap menjadi pilihan kedua setelah saluran komunikasi lokal. (Batthia dan Mabbilard, 2022). Dekker,dkk meneliti tentang *Social media adoption in the police : Barriers and Strategies* dan menemukan bahwa Polisi berurusan dengan berbagai hambatan untuk adopsi media sosial yang menjelaskan praktik yang berbeda (Dekker, 2020). Sharif menemukan bahwa faktor adopsi media sosial dapat bermanfaat bagi banyak pemangku kepentingan, termasuk pengambil keputusan adopsi sektor publik, media sosial, dan petugas komunikasi (Sharif, et.al 2015). Kosasi temuan bahwa adopsi inovasi teknologi media sosial berpengaruh dalam meningkatkan kelincahan organisasi kecil dan menengah. (Kosasi, 2017). Berbagai penelitian terdahulu menyatakan satu hal yang sama dan selaras yaitu penggunaan media sosial dalam praktik pemerintahan memberikan dampak yang positif dalam berbagai sisi.

Dari berbagai penelitian terdahulu yang mengangkat tema adopsi sosial media pemerintah, peneliti mengambil judul Adopsi Media Sosial Oleh Pemerintah : Studi Kasus akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang. Meskipun tampak serupa dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Setyorini karena

sama-sama menggunakan teori 3 Tahapan Proses Adopsi Media Sosial oleh Mergel, ada hal baru yang berusaha diungkap oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu adopsi media sosial terkhusus akun Instagram milik Kantor Imigrasi TPI I Palembang. Penelitian terdahulu lebih menyoroti akun *Tiktok* yang lebih menonjolkan penyebaran informasi dalam bentuk video, sedangkan dari sudut pandang peneliti Instagram lebih dapat secara luas diteliti karena menyediakan fitur foto, video dan tulisan yang dipadukan menjadi satu sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat. Selain itu peneliti juga berusaha mengungkap apa yang menjadi latar belakang kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana pelayanan penyebaran informasi. Hal tersebut yang membuat penelitian ini tetap layak dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang sudah dikemukakan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah : Bagaimana proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi proses adopsi Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang sudah masuk kedalam tahap ke berapa menurut teori yang digunakan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis bagi pembaca yang memiliki kaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan memperluas khazanah bidang ilmu Administrasi Publik serta dapat digunakan sebagai rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan adopsi media sosial bagi pemerintah. Berikut beberapa manfaat teoritis secara garis besar :

- a) Sebagai bahan evaluasi bagi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang bagi pengembangan media sosial dalam instansi
- b) Sebagai bahan koreksi bagi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang untuk hal-hal yang memungkinkan untuk diperbaiki dikemudian hari
- c) Sebagai acuan bagi Kantor Imigrasi Kelas I TPI Palembang agar dapat memberikan data untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini merupakan kesempatan untuk menerapkan ilmu dan teori yang diperoleh dibangku kuliah dalam kehidupan yang sesungguhnya, serta sebagai salah satu syarat untuk lulus di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.
- b) Bagi lembaga, hasil penelitian ini akan menambah kepustakaan dan wawasan pada studi tentang adopsi sosial media di pemerintah.

c) Bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan mengenai adopsi sosial media di pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, Sahya. 2015. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA
- Arikunto, S. 1986. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bina Aksara
- Cahyono, A. S. (2020). *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Dekker, R. (2020). Social media adoption in the police : Barriers and Strategies. *Government Information Quarterly*, 30(2). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.101441>
- Dwiyono, P. (2018). Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Dailymanly). *Universitas Muhammadiyah Malang*, 51(1), 51. [http://eprints.umm.ac.id/43080/%0Ahttp://eprints.umm.ac.id/43080/3/BAB II.pdf](http://eprints.umm.ac.id/43080/%0Ahttp://eprints.umm.ac.id/43080/3/BAB%20II.pdf)
- Furqon, A., Hermansyah, D., Sari, R., Sukma, A., Akbar, Y., & Aini Rakhmawati, N. (2018). Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet Analysis of Local Government Social Media in Indonesia Based on Netizen Response. *Jurnal Sosioteknologi*, 17(2), 177–184. <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/viewFile/6488/3382>.
- 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>
- Hastrida, A. (2021). Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 149–165. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.33299/jpkop.25.2.3920>
- Ismail, Ahmad, Amril Hans, H. M. (2019). Online Social Movement: Adopsi Teknologi Informasi dalam Melakukan Gerakan Sosial di Indonesia. *Etnosia : Jurnal Etnografi Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.31947/etnosia.v4i1.5039>
- Ismail, A., Munsir, H., & Hans, A. (2019). Online Social Movement: Adopsi Teknologi Informasi dalam Melakukan Gerakan Sosial di Indonesia. *ETNOSIA : Jurnal Etnografi Indonesia*, 4(1), 91. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v4i1.5039>
- Karman. (2014). Social Media : Between Freedom and Exploitation. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 18(1), 75–88.
- Kosasi, S. (2017). Inovasi Teknologi Media Sosial: Keberhasilan Proses Adopsi Meningkatkan Kelincahan Organisasi. *E-Proceedings KNS&I STIKOM Bali*, 131136. <http://www.knsi.stikombali.ac.id/index.php/e-proceedings/article/view/25>

- Kurniasih, N. (2013). Penggunaan Media Sosial bagi Humas di Lembaga Pemerintah. *Forum Kehumasan Kota Tangerang, September*, 1–22. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15820.41609>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- M. Hisham M. Sharif & Indrit Troshani & Robin Davidson. (2015). Public Sector Adoption of Social Media. *Journal of Computer Information Systems*, 55(4). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.101441>
- Mergel, I., & Bretschneider, S. I. (2013). A Three-Stage Adoption Process for Social Media Use in Government. *Public Administration Review*, 73(3), 390–400. <https://doi.org/10.1111/puar.12021>
- Pangestu. (2020). Adopsi Inovasi Media Sosial Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka. *Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 3(3). <https://doi.org/10.15575/ANNABA.V3I3.2270>
- Panjaitan, D. T. M. R., & Pardede, P. D. K. (2019). *Administrasi Publik*.
- Pasolong. (2014). gabungan Teori Administrasi. In *Teori Administrasi*.
- Pramesti Salsabella Adista Trisnu. (2021). *Apa itu Masyarakat 5.0, Karakteristik, dan Contoh Implementasinya*. <https://Tirto.Id/>. <https://tirto.id/apa-itu-masyarakat-50-karakteristik-dan-contoh-implementasinya-gjWz>
- Purworini, D. (2014). Model Informasi Publik di Era Media Sosial: Kajian Grounded Teori di Pemda Sukoharjo. *Jurnal Komuniti*, 6(1), 3–15.
- Rizaty., M. A. (2022). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia Artikel ini telah tayang di DataIndonesia.id dengan judul "Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. <https://DataIndonesia.Id/>. <https://dataIndonesia.id/digital/detail/a-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Rogers, R. (2019). Digital Methods. *Digital Methods, January 2013*. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8718.001.0001>
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi, *Jurnal Humaniora. Universitas Bina Sarana Informatika, 1*.
- Setiawan, daryanto. (2017). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya Impact of Information Technology Development and Communication on. *Jurnal Pendidikan, X(2)*, 195–211.
- Setyorini, E. (2022). Adopsi media sosial oleh pemerintah: studi kasus akun TikTok kementerian keuangan. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(1), 253–276. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.3966>
- Sugiyono. (2000). *Metode Penelitian Administrasi*. CV. Pustaka Setia.

- Suryadharma, B., & Susanto, T. D. (2017). Faktor Penerimaan Media Sosial Instansi Pemerintah di Indonesia. *Information Technology*, 2, 1–10. <http://ejurnal.itats.ac.id/index.php/integer/article/view/174>
- Taufik, T. (2020). 8182-26108-2-Pb. *Birokrasi Baru Untuk New Normal: Tinjauan Model Perubahan Birokrasi Dalam Pelayanan Publik Di Era Covid-19*, 2(1), 1–18. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dialogue/article/view/8182>
- Vania, H. F. (2020). *73 Persen Masyarakat Mendapatkan Informasi dari Media Sosial*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/profile/hanna-farah-vania>
- W, Y. H. (2022). *Tantangan Administrasi Publik di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0*. [Https://Jogja.Tribunnews.Com/](https://Jogja.Tribunnews.Com/). <https://jogja.tribunnews.com/2022/10/31/tantangan-administrasi-publik-di-era-revolusi-industri-40-dan-society-50>
- Yayasan Sekolah Alam Digital. (2020). *17 Tujuan SDGs*. Pustakaborneo.Org. <https://pustakaborneo.org/esd-sdgs/sdgs/17-tujuan-sdgs.html#gsc.tab=0>