

EFEKTIVITAS INSTAGRAM @PEMKOTBOGOR SEBAGAI MEDIA INFORMASI PUBLIK: ANALISIS KEPUASAN MASYARAKAT KOTA BOGOR BERBASIS DATA

ADIVA JUNIKHA HERNAWAN KARTADIMADJA



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN DAN SUMBER INFORMASI SERTA PEMIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya nyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Efektivitas Instagram @Pemkotbogar sebagai Media Informasi Publik: Analisis Kepuasan Masyarakat Kota Bogor Berbasis Data” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulisan saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Adiva Junikha Hernawan Kartadimadja
J0301211047

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

ADIVA JUNIKHA HERNAWAN KARTADIMADJA. Efektivitas Instagram @Pemkotbogor sebagai Media Informasi Publik: Analisis Kepuasan Masyarakat Kota Bogor Berbasis Data. Dibimbing oleh ABUNG SUPAMA WIJAYA.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui tingkat kepuasan masyarakat Kota Bogor terhadap akun Instagram @Pemkotbogor, berdasarkan Prinsip *Uses and Gratifications* dan dikaitkan dengan prinsip Kepuasan Pelanggan dari Oliver. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan inferensial. Pengolahan data dilakukan menggunakan Excel dan SPSS Versi 27 sebagai alat analisis statistik. Sampel penelitian terdiri dari 156 responden, yaitu masyarakat Kota Bogor yang mengakses atau mengikuti akun Instagram @Pemkotbogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji normalitas menghasilkan nilai $0,095 > 0,05$ disimpulkan bahwa nilai berdistribusi normal. Uji linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 16,084 + 0,520X$, dengan nilai R^2 0,276 atau 27.6% dan nilai t hitung = 7,656 $>$ t tabel = 1,976, dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Prinsip *Uses and Gratifications* dalam Instagram @Pemkotbogor memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan masyarakat Kota Bogor

Kata kunci: informasi publik, instagram, kepuasan masyarakat.

ABSTRACT

ADIVA JUNIKHA HERNAWAN KARTADIMADJA. The Effectiveness of Instagram @Pemkotbogor as a Publik Information Medium: A Data-Based Analysis of Bogor City Community Satisfaction. Supervised by ABUNG SUPAMA WIJAYA.

This study aims to analyze and determine the level of satisfaction of the people of Bogor City with the Instagram account @Pemkotbogor, based on the Uses and Gratifications Principle and related to Oliver's Customer Satisfaction Principle. This study uses a quantitative approach with descriptive and inferential research types. Data processing was carried out using Excel and SPSS Version 27 as statistical analysis tools. The research sample consisted of 156 respondents, namely residents of Bogor City who access or follow the Instagram account @Pemkotbogor. The results of the study indicate that the normality test yielded a value of $0.095 > 0.05$, concluding that the values are normally distributed. The simple linear test yielded the equation $Y = 16.084 + 0.520X$, with an R^2 value of 0.276 or 27.6%, and a calculated t -value of 7.656 $>$ t -table value of 1.976, and significance of $0.000 < 0.05$. Therefore, it can be concluded that the Uses and Gratifications Principle in the Instagram account @Pemkotbogor has an influence on the level of satisfaction of the residents of Bogor City.

Keywords: *instagram, public information, public satisfaction*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

EFEKTIVITAS INSTAGRAM @PEMKOTBOGOR SEBAGAI MEDIA INFORMASI PUBLIK: ANALISIS KEPUASAN MASYARAKAT KOTA BOGOR BERBASIS DATA

ADIVA JUNIKHA HERNAWAN KARTADIMADJA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

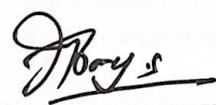
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul laporan akhir : Efektivitas Instagram @Pemkotbogor sebagai Media
Informasi Publik: Analisis Kepuasan Masyarakat Kota
Bogor Berbasis Data

Nama : Adiva Junikha Hernawan Kartadimadja
NIM : J0301211047

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Abung Supama Wijaya., S.I.Kom., M.Si.
NPI. 202103198701151001



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001



Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003.




Tanggal Ujian
11 Juni 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah yang berjudul “Efektivitas Instagram @Pemkotbogor sebagai Media Informasi Publik: Analisis Kepuasan Masyarakat Kota Bogor Berbasis Data” berhasil diselesaikan.

Selama proses penulisan, penulis menyadari bahwa karya ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari orang-orang terdekat. Berkat doa dan semangat yang mereka berikan, penulis berhasil menyelesaikan tulisan ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ir. Iwan Hernawan K, M.T dan Olfarita, S.H., M.MPd dan Kakak tersayang Vonny Rezky A, S.Tr.M yang selalu memanjatkan doa, dukungan yang tidak pernah berhenti kepada penulis, dan kasih sayang kepada Penulis selama mengerjakan karya ilmiah ini.
2. Dr. Abung Supama Wijaya, S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, serta semangat yang tidak pernah berhenti untuk penulis selama proses penulisan hingga penyelesaian karya ilmiah ini.
3. Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P selaku Kepala Program Studi Komunikasi Digital dan Media yang telah memberikan banyak peluang untuk penulis berkembang dan memberikan arahan serta masukan kepada penulis.
4. Melyani Filtania, S.I.Kom sebagai analis publikasi dan penanggung jawab media sosial Pemerintahan Kota Bogor yang telah membantu penulis dalam karya ilmiah ini.
5. Terima kasih kepada Herdian, Fiskiyya, Hanivah, Sharuna, Esa, Fadlan, Allegra dan Dinda yang telah memberikan semangat dan membantu Penulis dalam proses penyusunan karya ilmiah ini
6. Teman-teman di Komunikasi Digital dan Media Angkatan 58 yang telah berjuang bersama dalam menempuh pendidikan di IPB University.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

Adiva Junikha Hernawan Kartdimadja



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Pustaka	5
2.2 Penelitian Terdahulu	10
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Hipotesis	22
III METODE	23
3.1 Lokasi dan Waktu	23
3.2 Jenis dan Teknik Pengumpulan data	23
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	26
3.6 Skala Likert	30
3.7 Definisi Operasional	31
3.8 Uji Validitas dan Reabilitas	32
3.9 Output/ luaran Penelitian	35
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Kota Bogor	37
4.2 Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor	38
4.3 Karakteristik Responden	39
4.4 Prinsip <i>Uses and Gratifications</i> dalam Instagram @Pemkotbogor Sebagai Media Informasi Publik	41
4.5 Tingkat kepuasan masyarakat Kota Bogor	48
4.6 Pengaruh efektivitas Instagram @Pemkotbogor sebagai Media Informasi Publik Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Kota Bogor	55
4.7 Uji Hipotesis	57
V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	65
RIWAYAT HIDUP	71

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian terdahulu	10
3.1	Data penelitian menurut jenis dan teknik pengumpulan data	24
3.2	Instrumen kuesioner	25
3.3	Skor skala likert	26
3.4	Hasil uji normalitas	27
3.5	Hasil uji linearitas	28
3.6	Instrumen penelitian skala likert	30
3.7	Skor peringkat kategori	30
3.8	Indikator prinsip variabel <i>uses and gratifications</i> dalam efektivitas instagram @Pemkotbogor	31
3.9	Indikator kepuasan masyarakat kota bogor	32
3.10	Hasil uji validitas variabel X	33
3.11	Hasil uji validitas variabel Y	34
3.12	Hasil uji reabilitas	35
3.13	Hasil uji reabilitas variabel X	35
3.14	Hasil uji reabilitas variabel Y	35
4. 1	Karakteristik responden berdasarkan usia	40
4. 2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	40
4. 3	Karakteristik responden berdasarkan domisili kecamatan	40
4.4	Kejelasan informasi	42
4.5	Keakuratan informasi	42
4.6	Kecepatan informasi	43
4.7	Kepuasan emosional	44
4.8	Tingkat kesukaan terhadap informasi	44
4.9	Daya tarik visual konten	45
4.10	Interaksi dengan akun @Pemkotbogor	45
4.11	Responsivitas akun @Pemkotbogor	46
4.12	Kemudahan informasi	46
4.13	Peran akun membangun partisipasi publik	47
4.14	Harapan terhadap keakuratan informasi	48
4.15	Harapan terhadap kecepatan membagikan informasi	49
4.16	Kesesuaian informasi dengan yang diharapkan	50
4.17	Kecepatan pengelola akun menjawab respon dari masyarakat	50
4.18	Konfirmasi terhadap pemberian informasi	51
4.19	Konfirmasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi	51
4.20	Kemudahan mendapatkan akses informasi	52
4.21	Keadilan akses informasi	53
4.22	Rasa kepuasan terhadap informasi yang dibagikan	54
4.23	Hubungan emosional	54
4.24	Hasil uji regresi linear sederhana	55
4.25	Pengaruh X terhadap Y	56
4.26	Besar pengaruh X terhadap Y	56
4.27	Hasil uji hipotesis	57

DAFTAR GAMBAR

1.1	Kerangka pemikiran	21
4.1	Logo Kota Bogor	37
4.2	Struktur organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bogor	38
4.3	Instagram @Pemkotbogor	39

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian	66
2	Hasil Uji Validitas Variabel X	68
3	Hasil Uji Validitas Variabel Y	69
4	Hasil Uji Reabilitas Variabel X	69
5	Hasil Uji Reabilitas Variabel Y	69
6	Kuesioner <i>Online</i>	69
7	Dokumentasi Wawancara	70