

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @ATRBPN_OKUS terhadap Pemenuhan Informasi *Followers* (Studi Kasus ATR/BPN OKUS)

Muhammad Fakhri Nadrota Acta¹, Ari Wedhasmara², Rizka Dhini Kurnia³,
Mira Afrina⁴

Fakultas Ilmu Komputer, Sistem Informasi, Universitas Sriwijaya
fakhrinadrotaacta17@gmail.com, a_wedhasmara@unsri.ac.id, rizkadhini@unsri.ac.id,
mira_afrina@unsri.ac.id

Abstrak: Pemanfaatan media sosial sebagai sarana *e-government* semakin masif, namun efektivitas penggunaan Instagram @atrbpn_okus dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat masih perlu dibuktikan secara empiris. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Instagram @atrbpn_okus terhadap tingkat pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya (*followers*). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, di mana penentuan batas sampel minimal menggunakan *G*Power* yang menghasilkan sampel akhir sebanyak 160 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring berskala Likert 1-5, yang kemudian dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) via SmartPLS. Hasil penelitian membuktikan bahwa penggunaan media sosial Instagram berpengaruh secara positif, sangat kuat, dan signifikan terhadap pemenuhan informasi dengan nilai koefisien jalur 0,924, *p-value* 0,000, dan *t-statistic* 66,997. Selanjutnya, perolehan nilai *R-square* sebesar 0,853 menegaskan bahwa variabel media sosial secara efektif mampu menjelaskan 85,3% dari total variasi pemenuhan kebutuhan informasi. Kesimpulannya, keberadaan akun Instagram @atrbpn_okus terbukti krusial dan sangat efektif sebagai instrumen pelayanan publik digital bagi masyarakat. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan kepada pihak instansi untuk menjadikan hasil evaluasi empiris ini sebagai landasan strategis guna terus mengoptimalkan kualitas visualisasi konten, komunikasi dua arah, dan interaksi layanan pertanahan di masa mendatang.

Kata Kunci : *e-government*, Instagram, Kebutuhan Informasi, Media Sosial, Pelayanan Publik.

Abstract: The utilization of social media as an *e-government* tool is increasingly massive, yet the effectiveness of Instagram @atrbpn_okus in fulfilling public information needs requires empirical verification. This study aims to analyze the influence of Instagram @atrbpn_okus usage on the fulfillment of its followers' information needs. This research employed a quantitative method with a *purposive sampling* technique, where the minimum sample size was determined using *G*Power* analysis, yielding a final sample of 160 respondents. Data collection was conducted by distributing an online questionnaire with a 1–5 Likert scale, followed by data analysis using *Structural Equation Modeling - Partial Least Squares* (SEM-PLS) via SmartPLS. The results proved that the use of Instagram has a positive, very strong, and significant effect on information fulfillment with a path coefficient of 0.924, a *p-value* of 0.000, and a *t-statistic* of 66.997. Furthermore, the *R-square* value of 0.853 confirms that the social media variable can effectively explain 85.3% of the variation in information needs fulfillment. In conclusion, Instagram @atrbpn_okus is proven to be crucial and effective as a digital public service instrument. Based on these findings, it is suggested that the institution use these results as a strategic foundation to continually evaluate and optimize the visualization quality of land service contents, two-way communication, and interactions in the future.

Keywords: e-government, Information Needs, Instagram, Public Service, Social Media

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam penyelenggaraan layanan publik (Latupeirissa et al., 2024). Melalui adaptasi teknologi dan integrasi *e-government*, pemerintah dapat mengoptimalkan efisiensi administratif serta mempersempit kesenjangan kualitas layanan, terutama pada daerah dengan tingkat transparansi fiskal yang rendah (Mao & Zhu, 2025). Pemanfaatan teknologi digital dalam pelayanan publik bertujuan untuk mempermudah akses informasi serta mempercepat proses komunikasi antara pemerintah dan masyarakat (Djatkiko et al., 2025). Pada masa sebelum berkembangnya teknologi digital, masyarakat informasi layanan publik melalui media konvensional seperti papan pengumuman, surat memperoleh edaran, atau kunjungan langsung ke kantor instansi (Kondolele et al., 2025). Pola komunikasi tersebut memiliki keterbatasan dalam hal jangkauan, kecepatan penyampaian informasi, serta sifat komunikasi yang cenderung satu arah (Salley et al., 2025). Seiring berkembangnya internet, pola tersebut mulai bergeser menuju pemanfaatan media digital yang memungkinkan penyebaran informasi secara lebih cepat, luas, dan interaktif (Jumroh et al., 2024; Junaidi et al., 2024). Perkembangan internet mendorong munculnya media sosial sebagai salah satu platform komunikasi yang semakin dominan dalam kehidupan masyarakat (Gazi et al., 2024).

Media sosial memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara penyedia informasi dan pengguna, sehingga masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga dapat menyampaikan tanggapan, pertanyaan, maupun keluhan secara langsung (Atnan & Imran, 2025). Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai sarana strategis dalam mendukung implementasi *e-government* (Aji Machmud et al., 2024). Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia (Sutrisno & Mayangsari, 2021). Karakteristik Instagram yang mengedepankan konten visual seperti foto, video, *reels*, *stories*, serta fitur interaktif lainnya menjadikan platform ini efektif dalam menyampaikan informasi secara ringkas dan menarik (Lamanna et al., 2025), sehingga banyak dimanfaatkan oleh instansi pemerintah sebagai media penyampaian informasi layanan publik (Mello et al., 2023). Kantor Pertanahan Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN) Kabupaten OKU Selatan juga memanfaatkan Instagram sebagai salah satu media komunikasi dengan masyarakat (Putra & Winanti, n.d.). Pemanfaatan Instagram ini diharapkan dapat mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi layanan tanpa harus datang langsung ke kantor (Jumroh et al., 2024).

Namun, agar pemanfaatan media sosial tersebut benar-benar efektif sebagai sarana komunikasi publik, diperlukan evaluasi terhadap sejauh mana informasi yang disampaikan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat (Watkins et al., 2023). Persepsi masyarakat terhadap kejelasan, kelengkapan, dan kemudahan pemahaman informasi menjadi indikator penting dalam menilai efektivitas penggunaan Instagram sebagai media layanan publik (Canepa et al., 2024). Hingga saat ini belum pernah dilakukan evaluasi secara akademis maupun non-akademis yang secara khusus mengukur efektivitas akun Instagram tersebut, sehingga menyebabkan belum tersedianya gambaran empiris mengenai sejauh mana kualitas penyampaian informasi melalui Instagram mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat (Marcella-Hood & Marcella, 2023). Hal tersebut terlihat dari masih adanya

kebingungan masyarakat terkait prosedur dan layanan pertanahan (Heaton-Shrestha et al., 2023), yang mengasumsikan bahwa informasi yang disampaikan melalui media sosial belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan informasi secara optimal (Dai, 2025). Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya secara empiris.

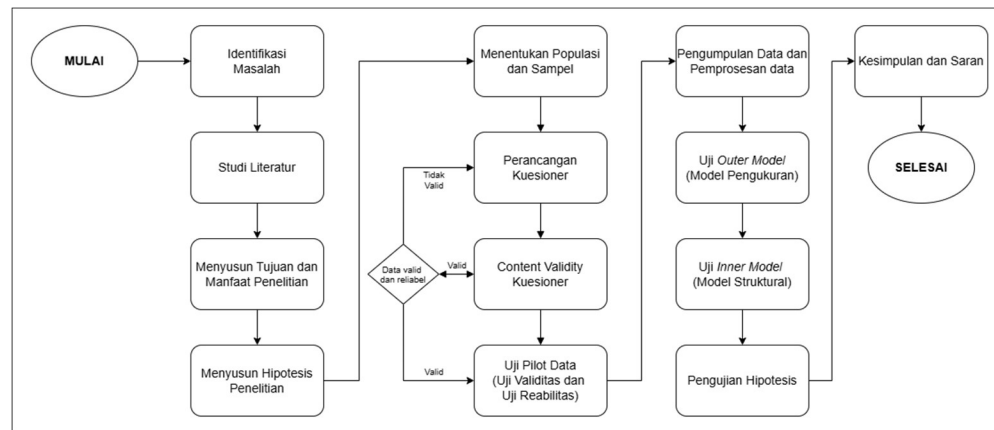
Berbagai literatur terdahulu secara konsisten menegaskan bahwa Teori *Uses and Gratification* (UGT) merupakan pisau analisis yang sangat efektif untuk mengukur motivasi dan tingkat keterlibatan pengguna di berbagai platform media sosial (Aksoy & Allahverdi, 2025). Penelitian membuktikan bahwa pemenuhan kebutuhan kognitif, yakni pencarian informasi edukatif, sering kali menjadi dorongan paling dominan bagi audiens dalam mengonsumsi konten spesifik secara aktif (Angeline & Pribadi, 2025; Salma et al., 2025). Ketersediaan informasi ini bahkan terbukti bertindak sebagai faktor pendorong yang sangat kuat dalam menentukan keputusan perilaku pengguna dengan persentase prediksi yang signifikan (Keelson et al., 2024). Dalam ranah edukasi, pemanfaatan media sosial untuk pemenuhan informasi juga tervalidasi berdampak positif pada peningkatan kapasitas pembelajaran pengguna yang turut dimoderasi oleh keinginan berjejaring (Youssef & Al Malek, 2023).

Seiring dinamika perilaku digital, teori UGT terus diuji dan diperbarui dengan penemuan variabel gratifikasi baru, seperti elemen "komitmen" pada kelompok pengguna dewasa muda (Wilson & Burrell, 2024). Meskipun demikian, di era *post-truth*, asumsi teori ini juga mulai didekonstruksi karena kepuasan informasi di media sosial tidak selalu rasional dan dapat bersifat ilusif akibat jebakan algoritma (Hasibuan et al., 2025). Terlepas dari dekonstruksi tersebut, platform visual seperti Instagram secara empiris tetap terbukti sangat efektif memfasilitasi tahap pencarian informasi sekaligus mendiseminasi promosi publik secara luas (Ilman & Hadi, 2024). Fakta ini diperkuat oleh studi terdahulu yang meneliti penggunaan media sosial secara spesifik, di mana terdapat hubungan yang kuat dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para *followers*-nya, yang memvalidasi bahwa kebutuhan kognitif tetap mendominasi motif interaksi digital (Priana et al., 2022).

Berpijak pada konsistensi efektivitas Instagram dalam menjawab kebutuhan kognitif audiens serta celah literatur dari berbagai perdebatan teoritis sebelumnya, artikel ini menawarkan kontribusi ilmiah dan signifikansi dengan menguji realitas kualitas pemenuhan informasi pada konteks layanan publik sektor pemerintah tingkat daerah. Dengan mengadaptasi kerangka kerja UGT yang tangguh, orisinalitas kajian ini terletak pada pengukurannya yang komprehensif melalui empat dimensi kompleksitas kebutuhan informasi (*current need, everyday need, exhaustive need, dan catching-up need approach*). Pembuktian empiris ini menjadi sangat penting untuk menjustifikasi secara keilmuan apakah instrumen komunikasi visual dari birokrasi pemerintahan sungguh-sungguh sukses berfungsi sebagai pilar *e-government* penyedia informasi yang terpercaya, atau sebaliknya, masyarakat sekadar terjebak dalam kepuasan informasi semu di tengah tingginya lalu lintas digitalisasi pelayanan publik.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel berupa *non-probability sampling* melalui metode *purposive sampling*. Kriteria inklusi yang ditetapkan dalam pemilihan sampel berdasarkan responden pengikut (*followers*) aktif akun Instagram @atrbpn_okus, responden pernah melihat atau mengakses informasi layanan yang disampaikan melalui akun tersebut, dan responden bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Objek penelitian ini berlokasi di Kantor Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN) Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan, Jl. Umpu Serunjung Kel. Bumi Agung Kec. Muara dua Kabupaten OKU Selatan, Provinsi Sumatera Selatan. Pelaksanaan penelitian dilakukan dalam rentang waktu bulan Maret hingga bulan Mei yang mencakup tahap pengumpulan data, pengolahan data, hingga analisis hasil penelitian. Subjek sekaligus populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah para *followers* aktif dari akun Instagram @atrbpn_okus yang berjumlah 1.694 orang terhitung sejak November 2019. Adapun tahapan penelitian ini digambarkan melalui bagan alur pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Penelitian

Penentuan batas minimal ukuran sampel dilakukan menggunakan analisis kekuatan statistik (*a priori power analysis*) melalui perangkat lunak G*Power berdasarkan ukuran efek tingkat sedang standar Cohen (West, 1997) yang menetapkan kebutuhan minimal sebanyak 153 responden, di mana pada pelaksanaannya, partisipasi pengisian instrumen penelitian berhasil menjangkau 160 responden.

Secara siklus, prosedur penelitian ini dibagi menjadi tiga fase utama, yakni fase persiapan, fase pengembangan instrumen, dan fase analisis data. Pada fase pengembangan instrumen, kuesioner terlebih dahulu melewati tahap *content validity* oleh 4 (empat) pakar ahli menggunakan metode pengukuran *Index of Content Validity* (I-CVI), karena validitas konten bertujuan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian mampu mencerminkan seluruh aspek yang hendak diteliti (Sugiharni, 2018) sehingga dapat menghasilkan data yang akurat (Yusup, 2018). Setelah dinyatakan valid oleh pakar, instrumen melewati uji coba (*pilot test*) terhadap 30 responden awal untuk memastikan validitas dan reliabilitas alat ukur sebelum disebarkan secara masif. Tata cara pengumpulan data utama dilakukan dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada responden. Kuesioner ini disusun menggunakan Skala Likert 1-5, di mana menurut (Sugiyono, 2013)

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap individu dengan memberikan serangkaian pernyataan yang memiliki tingkat persetujuan tertentu.

Tahapan analisis data diawali dengan proses *editing*, *coding*, dan *data cleaning*, karena menurut (Chu et al., 2016), *data cleaning* bertujuan untuk meningkatkan akurasi dan konsistensi data agar hasil analisis lebih valid dan dapat dipercaya. Teknik analisis data kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS dengan pendekatan pemodelan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Analisis pada SmartPLS dilakukan melalui dua tahapan evaluasi, yakni uji *outer model* dan *inner model* secara simultan sehingga menghasilkan model yang lebih akurat (Sabol et al., 2023). Evaluasi *outer model* meliputi uji validitas konvergen (Husnawati et al., 2019), validitas diskriminan, dan uji reliabilitas instrumen (Ariyanto et al., 2023). Setelah instrumen dipastikan valid dan reliabel, dilanjutkan dengan uji *inner model* yang mencakup uji koefisien determinasi atau R^2 (Aryani, 2020), uji *effect size* atau F^2 (Wati & Fatimah, 2016), serta diakhiri dengan pengujian hipotesis menggunakan prosedur *bootstrapping* untuk melihat tingkat signifikansi pengaruh antarvariabel melalui nilai *t-statistic* dan *p-value* (Suryani & Ekawati, 2023).

3. Hasil dan Pembahasan

Proses pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring berbasis Google Forms kepada *followers* Instagram @atrbpn_okus. Survei ini berhasil menjangkau 161 responden, jumlah yang telah memenuhi syarat minimum untuk analisis SmartPLS. Instrumen disusun mengacu pada kerangka teori *Uses and Gratification* untuk mengukur kebutuhan kognitif pengguna menggunakan Skala Likert 1-5.

Analisis *outer model* dengan pendekatan SEM-PLS menunjukkan tingkat validitas konvergen yang sangat baik. Seluruh indikator pada variabel Kebutuhan Informasi (Y) mencatatkan nilai *outer loading* berkisar 0,719 hingga 0,930, dan variabel Media Sosial (X) berada pada kisaran 0,727 hingga 0,902, seluruhnya telah memenuhi standar minimum 0,70 seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1. Keandalan ini diperkuat dengan perolehan nilai Average Variance Extracted (AVE) sebesar 0,689 untuk Kebutuhan Informasi dan 0,680 untuk Media Sosial, yang telah melampaui ambang batas 0,50 (mampu menjelaskan lebih dari 50% varians) sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen

	Kebutuhan Informasi	Media Sosial	Keterangan
KIA1	0.853		Valid
KIA2	0.907		Valid
KIA3	0.709		Valid
KIB1	0.740		Valid
KIB2	0.851		Valid
KIB3	0.845		Valid
KIC1	0.886		Valid
KIC2	0.777		Valid
KIC3	0.861		Valid
KID1	0.884		Valid

	Kebutuhan Informasi	Media Sosial	Keterangan
KID2	0.816		Valid
KID3	0.810		Valid
MSA1		0.744	Valid
MSA2		0.843	Valid
MSA3		0.851	Valid
MSB1		0.855	Valid
MSB2		0.843	Valid
MSB3		0.810	Valid
MSC1		0.787	Valid
MSC2		0.805	Valid
MSC3		0.761	Valid
MSD1		0.866	Valid
MSD2		0.888	Valid
MSD3		0.831	Valid

Tabel 2. Hasil Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

	AVE	Keterangan
Kebutuhan Informasi (Y)	0.689	VALID
Media Sosial (X)	0.680	VALID

Pengujian validitas diskriminan menunjukkan tidak ada tumpang tindih antar konstruk. Seluruh indikator memiliki muatan silang (*cross loading*) tertinggi murni pada variabelnya masing-masing dengan rentang nilai spesifik sebagai berikut: KIA1-KIA3 (0,709-0,907); KIB1-KIB3 (0,740-0,851); KIC1-KIC3 (0,777-0,886); KID1-KID3 (0,810-0,884); MSA1-MSA3 (0,744-0,851); MSB1-MSB3 (0,810-0,855); MSC1-MSB3 (0,761-0,805); dan MSD1-MSD3 (0,831-0,888) yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Diskriminan

	Kebutuhan Informasi	Media Sosial
KIA1	0.853	0.762
KIA2	0.907	0.852
KIA3	0.709	0.589
KIB1	0.740	0.617
KIB2	0.851	0.840
KIB3	0.845	0.826
KIC1	0.886	0.840
KIC2	0.777	0.741
KIC3	0.861	0.831
KID1	0.884	0.807
KID2	0.816	0.724
KID3	0.810	0.703
MSA1	0.744	0.744
MSA2	0.816	0.843
MSA3	0.836	0.851

MSB1	0.826	0.855
MSB2	0.790	0.843
MSB3	0.709	0.810
MSC1	0.661	0.787
MSC2	0.729	0.805
MSC3	0.630	0.761
MSD1	0.790	0.866
MSD2	0.825	0.888
MSD3	0.740	0.831

Konsistensi internal (reliabilitas) model akhir dinilai sangat memuaskan, di mana variabel Kebutuhan Informasi (Y) memperoleh nilai *Cronbach's alpha* 0,959 dan *composite reliability* 0,964. Begitu pula variabel Media Sosial (X) yang meraih nilai *Cronbach's alpha* 0,957 dan *composite reliability* 0,962, yang secara keseluruhan jauh berada di atas standar ideal minimum 0,70 seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability</i>	Keterangan
KI	0.959	0.964	RELIABEL
MS	0.957	0.962	RELIABEL

Model struktural pada penelitian ini memperlihatkan kemampuan prediktif yang sangat tinggi. Analisis *R-square* (R^2) menghasilkan nilai 0,853, yang berarti 85,3% dari total variasi pada pemenuhan kebutuhan informasi berhasil dijelaskan secara langsung oleh penggunaan media sosial Instagram instansi tersebut, sebagaimana dirangkum pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji *R-Square*

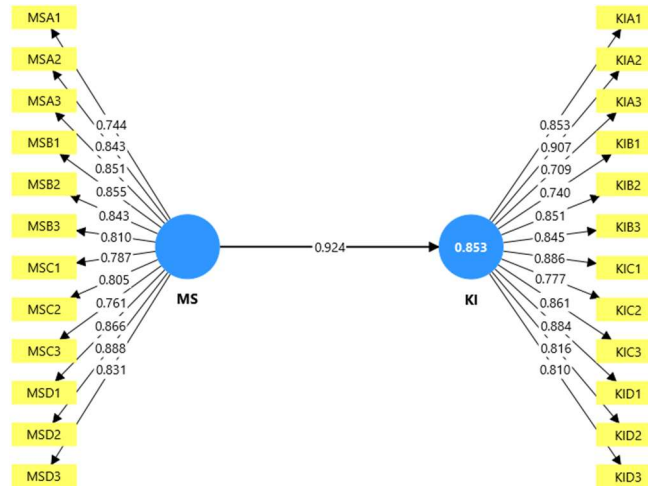
	<i>R-square</i>	Keterangan
KI	0.853	RELIABEL

Selain itu, besaran pengaruh prediktor (*effect size*) juga diuji menggunakan matriks *F-square*, yang menghasilkan nilai sebesar 5,809 pada jalur Media Sosial terhadap Kebutuhan Informasi seperti pada Tabel 6.. Nilai yang besar ini mengindikasikan efek pengaruh prediktif yang sangat dominan dalam kerangka model struktural. Meskipun dalam kajian ilmu komunikasi nilai *f-square* di atas 1 tergolong sangat jarang dan sangat tinggi, perolehan empiris ini valid dan dapat dijelaskan secara rasional. Tingginya nilai ini dipicu oleh posisi akun Instagram @atrbpn_okus yang mendominasi sebagai saluran penyedia informasi digital utama dan terpusat bagi masyarakat OKU Selatan terkait pelayanan pertanahan, sehingga intervensi variabel media sosial ini memberikan efek yang sangat masif dan mutlak terhadap variabel pemenuhan informasi pengguna.

Tabel 6. Hasil Uji *F-Square*

	KI	MS
KI		
MS	5.809	

Hubungan kausal dalam model ini digambarkan melalui diagram jalur pada Gambar 2 dan divalidasi menggunakan prosedur *bootstrapping* untuk menguji signifikansi hubungan antara Media Sosial dan Kebutuhan Informasi.



Gambar 2. Output model diagram PLS-SEM Algorithm

Hasil kalkulasi *bootstrapping* mencatatkan nilai koefisien jalur (*path coefficient / original sample*) sebesar 0,924, yang mengonfirmasi adanya kekuatan arah hubungan positif yang sangat kuat di antara kedua variabel. Nilai uji statistik *t* (*t-statistics*) yang dihasilkan adalah 66,997 (jauh melebihi nilai kritis 1,96) dengan perolehan *p-values* mutlak sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) yang diuraikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Spesifikasi hasil uji *bootstrapping*

	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>	Kesimpulan
MS -> KI	66.997	0.000	SIGNIFIKAN

Berpijak pada pemenuhan seluruh rasio signifikansi tersebut, Hipotesis 0 (H0) secara meyakinkan ditolak, dan Hipotesis 1 (H1) diterima secara empiris. Temuan ini menegaskan bahwa penggunaan akun Instagram @atrbpn_okus terbukti memiliki pengaruh positif, sangat kuat, dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (kognitif) *followers*-nya. Dapat disimpulkan, semakin optimal penyajian visual dan interaksi pada platform Instagram tersebut, maka peranannya sebagai instrumen layanan *e-government* di Kantor Pertanahan Kabupaten OKU Selatan akan terbukti semakin efektif menjawab esensi kebutuhan masyarakat.

Tingginya pemenuhan kebutuhan informasi ini ditopang oleh empat dimensi utama kebaruan (*novelty*) yang terbukti valid secara empiris. Artinya, Instagram @atrbpn_okus sukses memenuhi kebutuhan masyarakat secara komprehensif, mulai dari kebutuhan informasi mendesak (*current need*), pemantauan informasi layanan harian (*everyday need*), pencarian rincian prosedur secara mendalam (*exhaustive need*), hingga pemenuhan kebutuhan mengejar ketertinggalan informasi terkait aturan baru pertanahan (*catching-up need*).

Temuan penelitian ini sejalan dengan studi Priana et al. (2022) dan Keelson et al. (2024) yang membuktikan bahwa pemanfaatan media sosial memiliki korelasi positif yang sangat kuat terhadap terpenuhinya kebutuhan kognitif penggunanya. Persamaan dari penelitian ini dengan studi terdahulu terletak pada fakta bahwa ketersediaan informasi visual bertindak sebagai pendorong (*driving forces*) keterlibatan aktif audiens. Adapun perbedaannya terletak pada lokus penelitian; apabila studi sebelumnya berfokus pada informasi kesehatan dan pariwisata, penelitian ini mengonfirmasi fenomena tersebut pada sektor pelayanan publik birokrasi (*e-government*). Penyebab utama tingginya pengaruh ini adalah karena karakteristik Instagram yang visual sangat cocok untuk menyederhanakan birokrasi layanan pertanahan yang selama ini dianggap rumit oleh masyarakat.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian statistik, secara teoretis penelitian ini berhasil mengonfirmasi dan memperkuat relevansi *Uses and Gratifications Theory* (UGT) di sektor pelayanan publik. Penelitian ini membuktikan bahwa masyarakat bertindak sebagai khalayak aktif yang secara sengaja dan sadar memanfaatkan akun Instagram @atrbpn_okus untuk memuaskan kebutuhan kognitif (informasi) mereka. Pemanfaatan platform Instagram tersebut terbukti memberikan pengaruh prediktif yang positif, kuat, dan signifikan terhadap pemenuhan informasi penggunanya secara komprehensif, divalidasi melalui hasil pengujian *bootstrapping* PLS-SEM yang menolak Hipotesis 0 dan menerima Hipotesis 1 dengan *t-statistics* sebesar 66,997 dan *p-values* mutlak 0,000.

Kelebihan utama dari penelitian ini terletak pada kekuatan kemampuan prediktif model pengujian yang sangat tinggi, di mana variabel penggunaan media sosial tervalidasi mampu menjelaskan hingga 85,3% variasi pada pemenuhan kebutuhan informasi pengguna, yang menegaskan bahwa Instagram merupakan instrumen *e-government* yang esensial dan sangat efektif bagi instansi tersebut. Akan tetapi, penelitian ini juga tidak terlepas dari sejumlah kekurangan, antara lain masih terdapat sisa variasi kebutuhan informasi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model teoritis ini. Selain itu, ruang lingkup pengumpulan data juga dibatasi secara kuantitatif pada audiens satu platform media sosial spesifik saja, sehingga belum mencakup media komunikasi instansi yang lain.

Sebagai implikasi dan saran praktis yang ditarik dari sintesa temuan tersebut, Kantor Pertanahan ATR/BPN Kabupaten OKU Selatan sangat disarankan untuk mempertahankan serta mengoptimalkan kualitas detail informasi (*context*), memperkuat tingkat interaksi dua arah yang interaktif dengan audiens (*communication dan connection*), serta menjaga konsistensi dalam menyajikan pembaruan layanan pertanahan secara terkini. Sementara itu, untuk melengkapi celah dan kekurangan dari hasil kajian ini, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan eksplorasi variabel-variabel eksternal di luar model saat ini, serta menggunakan pendekatan maupun metode penelitian yang lebih bervariasi agar pemahaman mengenai efektivitas komunikasi *e-government* menjadi semakin komprehensif.

Daftar Pustaka

Aji Machmud, F. E., Tobirin, T., & Ali Rokhman. (2024). Analysis of the Role of Social Media in *E-government* Implementation: A Meta-Analysis Study. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 7(4), 1619–1629. <https://doi.org/10.37275/oaijss.v7i4.256>

- Aksoy, E., & Allahverdi, F. Z. (2025). Social Media Use Motives Explained by *Uses and Gratifications* Theory. *Kültür ve İletişim*, 28(55), 231–253. <https://doi.org/10.18691/kulturveiletisim.1596623>
- Angeline, D., & Pribadi, M. A. (2025). *Motif Gen Z Mengonsumsi Konten Makeup Beauty Influencer di Media Sosial: Pendekatan Teori Kegunaan dan Gratifikasi*.
- Ariyanto, T., Herwin, H., & Sujati, H. (2023). Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Instrumen Tes Kemampuan Operasi Hitung Bilangan Bulat Menggunakan CFA. *AKSIOMA: Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika*, 12(3), 2977. <https://doi.org/10.24127/ajpm.v12i3.7482>
- Aryani, Y. (2020). Sistem Informasi Penjualan Barang Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Pendapatan Perusahaan. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 2(2), 39–51. <https://doi.org/10.52005/jursistekni.v2i2.47>
- Atnan, N., & Imran, A. I. (2025). The Impact of Engagement Interpretation on Efforts to Foster Social Media Engagement of The Bandung City Government, Indonesia. *Studies in Media and Communication*, 13(2), 222–233. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i2.7438>
- Canepa, M. E., Macciò, M., Raffini, L., Striano, P., & Ramenghi, L. A. (2024). Enhancing public engagement through NICU storytelling on Facebook and Instagram: a case study from Gaslini Children's Hospital. *Frontiers in Communication*, 9. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1387733>
- Chu, X., Ilyas, I. F., Krishnan, S., & Wang, J. (2016). Data Cleaning. *Proceedings of the 2016 International Conference on Management of Data*, 2201–2206. <https://doi.org/10.1145/2882903.2912574>
- Dai, Y. (2025). Exploring the Effectiveness of Social Media Information Communication for Library Users. *Profesional de La Informacion*, 33(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2024.ene.0613>
- Djarmiko, G. H., Sinaga, O., & Pawirosumarto, S. (2025). Digital Transformation and Social Inclusion in Public Services: A Qualitative Analysis of *E-government* Adoption for Marginalized Communities in Sustainable Governance. *Sustainability (Switzerland)*, 17(7). <https://doi.org/10.3390/su17072908>
- Gazi, M. A. I., Rahaman, M. A., Rabbi, M. F., Masum, M., Nabi, M. N., & Senathirajah, A. R. B. S. (2024). The Role of Social Media in Enhancing Communication among Individuals: Prospects and Problems. In *Environment and Social Psychology* (Vol. 9, Number 11). Arts and Science Press Pte. Ltd. <https://doi.org/10.59429/esp.v9i11.2979>
- Hasibuan, I. N., Mailin, & Rubino. (2025). *Dekonstruksi Teori Uses and Gratification Dalam Era Post Truth Analisis Kritis Terhadap Kesadaran Palsu Pengguna Media Sosial Dalam Pemenuhan Kepuasan Informasi*. 7(3). <https://doi.org/10.56489/fik.v4i2>
- Heaton-Shrestha, C., Hanson, K., Quirke-McFarlane, S., Delaney, N., Vandrevalla, T., & Bearne, L. (2023). Exploring how members of the public access and use health research and information: a scoping review. *BMC Public Health*, 23(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-023-16918-8>
- Husnawati, H., Tentama, F., & Situmorang, N. Z. (2019). Pengujian validitas dan reliabilitas konstruk hope. *Jurnal Psikologi Terapan Dan Pendidikan*, 1(2), 128. <https://doi.org/10.26555/jptp.v1i2.15136>

- Ilman, F., & Hadi, S. P. (2024). Implementasi Teori *Uses and Gratification* pada Instagram Komunitas Parkour Jakarta untuk Memperkuat Kegiatan Promosi. *Al-DYAS*, 3(1), 196–208. <https://doi.org/10.58578/aldyas.v3i1.2538>
- Jumroh, J., Antoni, D., Mustain, A., & Pratama, M. Y. J. (2024). Exploring the impact of social media technology on public service efficiency: A case study of Indonesian local government. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(8). <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i8.5181>
- Junaidi, A., Basrowi, Sabtohadji, J., Wibowo, A. M., Wibowo, S. S., Asgar, A., Pramono, E. P., & Yenti, E. (2024). The role of public administration and social media educational socialization in influencing public satisfaction on population services: The mediating role of population literacy awareness. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1), 345–356. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.9.019>
- Keelson, S. A., Bruce, E., Egala, S. B., Amoah, J., & Jibril, A. B. (2024). Driving Forces of social Media. *Cogent Social Science*.
- Kondolele, S., Sultan, M. I., Akbar, M., & Putra, B. A. (2025). The nexus between public communication and policy implementation revisited: insights from the Population and Civil Registration Service of South Sulawesi, Indonesia. *Frontiers in Communication*, 10. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1556747>
- Lamanna, M., Muca, E., Buonaiuto, G., Formigoni, A., & Cavallini, D. (2025). From posts to practice: Instagram's role in veterinary dairy cow nutrition education—How does the audience interact and apply knowledge? A survey study. *Journal of Dairy Science*, 108(2), 1659–1671. <https://doi.org/10.3168/jds.2024-25347>
- Latupeirissa, J. J. P., Dewi, N. L. Y., Prayana, I. K. R., Srikandi, M. B., Ramadiansyah, S. A., & Pramana, I. B. G. A. Y. (2024). Transforming Public Service Delivery: A Comprehensive Review of Digitization Initiatives. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 16, Number 7). Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI). <https://doi.org/10.3390/su16072818>
- Mao, Z., & Zhu, Y. (2025). Does *e-government* integration contribute to the quality and equality of local public services? Empirical evidence from China. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04539-y>
- Marcella-Hood, M., & Marcella, R. (2023). Purposive and non-purposive information behaviour on Instagram. *Journal of Librarianship and Information Science*, 55(3), 634–657. <https://doi.org/10.1177/09610006221097974>
- Mello, S., Glowacki, E., Fuentes, I., & Seabolt, J. (2023). Communicating COVID-19 Risk on Instagram: A Content Analysis of Official Public Health Messaging During the First Year of the Pandemic. *Journal of Health Communication*, 28(1), 38–52. <https://doi.org/10.1080/10810730.2023.2175278>
- Priana, A., Sutjipto, V. W., & Romli, N. A. (2022). *Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers*.
- Putra, R. A., & Winanti, A. (n.d.). *Urgensi Penerbitan Dokumen Sertifikat Tanah Elektronik Pasca Peraturan Menteri ATR/BPN Nomor 3 Tahun 2023*. <https://doi.org/10.3783/causa.v1i1.571>
- Sabol, M., Hair, J., Cepeda, G., Roldán, J. L., & Chong, A. Y. L. (2023). PLS-SEM in information systems: seizing the opportunity and marching ahead full speed to adopt methodological updates. *Industrial Management & Data Systems*, 123(12), 2997–3017. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2023-0429>

- Salley, C., Fox, N., & Schubert, A. (2025). Bridging the gap in flood risk communication: a comparative study of community and organizational social media posts using natural language processing. *Frontiers in Communication*, 10. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1553746>
- Salma, Q., Sartika, R., & Handayani, P. (2025). Analisis Interaksi Dan Respon Penonton Di Media Sosial Terhadap Sinetron “Asmara Gen Z” Dengan Menggunakan Teori *Uses and Gratification*. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 205–212. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i1.513>
- Sugiharni, G. A. D. (2018). Pengujian Validitas Konten Media Pembelajaran Interaktif Berorientasi Model Creative Problem Solving. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 2(2), 88. <https://doi.org/10.23887/jppp.v2i2.15378>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://share.google/fyVvxliVCnnEgsUT>
- Suryani, Y., & Ekawati, C. (2023). Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kompetensi Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Sisir Katarindo Kabupaten Bekasi. *Syntax Idea*, 5(12), 2318–2334. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i12.2746>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram@Humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133.
- Wati, W., & Fatimah, R. (2016). Effect Size Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Numbered Heads Together (Nht) Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Siswa pada Pembelajaran Fisika. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika Al-Biruni*, 5(2), 213. <https://doi.org/10.24042/jipfalbiruni.v5i2.121>
- Watkins, M., Mallion, J. S., Frings, D., Wills, J., Sykes, S., & Whittaker, A. (2023). Doing public health differently: How can public health departments engage with local communities through social media interventions? *Public Health in Practice*, 6. <https://doi.org/10.1016/j.puhip.2023.100412>
- West, M. (1997). Uniform Requirements for Manuscripts Submitted to Biomedical Journals. *JAMA: The Journal of the American Medical Association*, 277(11), 927. <https://doi.org/10.1001/jama.1997.03540350077040>
- Wilson, A., & Burrell, S. (2024). *Committed to play: Revisualizing young adults’ video game Uses and Gratifications during COVID-19*. <https://dx.doi.org/10.5210/fm.v30i3.13598>
- Youssef, E., & Al Malek, M. (2023). Investigating the impact of social media platforms use among children on formal and informal learning: From the *Uses and Gratifications* theory perspective. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 2024(2), 3026. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i2.3026>
- Yusup, F. (2018). Uji VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF. *Januari-Juni*, 7(1), 17–23.