

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA SAMARINDA
TERHADAP PARTISIPASI PUBLIK UNTUK Mendukung PRINSIP
E-GOVERNMENT**

***THE INFLUENCE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA USAGE BY THE
COMMUNICATION AND INFORMATION AGENCY OF SAMARINDA
CITY ON PUBLIC PARTICIPATION IN SUPPORTING THE PRINCIPLES
OF E-GOVERNMENT***

Alfin Ananda Putra¹, Muhammad Habibi², Deandlles Christover³, Ahmad Yani⁴

¹²³⁴ Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Widya Gama Mahakam Smaarinda
Jl. Wahid Hasyim 2 No.28, Sempaja Sel., Kec. Samarinda Utara, Kota Samarinda, Kalimantan Timur 75243
Email : alfinap003@gmail.com, habibi.mayangmaurai@gmail.com, deandlles@uwgm.ac.id,
ahmadyani@uwgm.ac.id

Diterima: 20 Mei 2025; Direvisi: 12 Juni 2025; Disetujui: 15 Juni 2025

ABSTRACT

The background of this research arrives from the vital role of social media as an interactive communication channel between the government and the public, which is expected to enhance public engagement in technolog based governance, or in this case e-government. This study aims to examine the influence of Instagram Social Media Usage by the Communication and Information Agency of Samarinda City on Public Participation, as well as to test the validity of the proposed hypothesis. A quantitative approach was used in this research, employing the 4C indicators (Content, Context, Connection, Collaboration) as a framework to assess the effectiveness of digital communication on government social media platforms. These indicators represent the quality of content, contextual relevance, audience connection, and the level of collaboration established. Meanwhile, the public participation part was analyzed using the International Association for Public Participation (IAP2) model, which classifies participation into five levels, these are Inform, Consult, Involve, Collaborate, and Empower. Data of this research were collected through questionnaires distributed to 100 respondents and analyzed using the Spearman Rank Correlation Coefficient via SPSS version 30. The analysis results showed a very strong influence between the use of social media and public participation, with a correlation value of 0,084. Thus, the alternative hypothesis (H_a) is accepted, and the null hypothesis (H_0) is rejected, These findings affirm that social media plays a significant role in promoting public engagement in governance. Nevertheless, this study has limitations, such as the low level of interaction (likes, comments, and shares) on the Diskominfo Instagram account, which may affect this effectiveness of digital communication, as well as the limitation of focusing on a single social media platform.

Keywords: Social Media; Instagram; Public Participation; E-Government

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini berangkat dari pentingnya peran media sosial sebagai sarana komunikasi interaktif antara pemerintah dan masyarakat yang diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan publik dalam proses pemerintahan berbasis teknologi atau *e-government*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram oleh Dinas Komunikasi dan informatika Kota Samarinda terhadap partisipasi publik, serta menguji terkait

kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan indikator 4C (*Content, Context, Connection, Collaboration*) sebagai kerangka untuk menilai efektivitas komunikasi digital di media sosial pemerintah. Indikator ini merepresentasikan kualitas isi konten, kesesuaian konteks, jalinan koneksi dengan audiens, serta tingkat kolaborasi yang terbangun. Sementara itu, partisipasi publik dianalisis menggunakan model *International Association for Publik Participation* (IAP2), yang mengklasifikasikan partisipasi menjadi lima tingkatan, yaitu adalah *Inform* (memberi informasi), *Consult* (meminta masukan), *Involve* (melibatkan), *Collaborate* (berkolaborasi), dan *Empower* (memberdayakan). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden dan dianalisis menggunakan Koefisien Korelasi Rank *Spearman* melalui perangkat lunak SPSS versi 30. Adapun hasil analisis menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara penggunaan media sosial dan partisipasi publik, dengan nilai korelasi sebesar 0,884. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial berperan penting dalam mendorong keterlibatan masyarakat dalam pemerintahan. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, seperti rendahnya tingkat interaksi (*like*, komentar, dan *share*) pada akun Instagram Diskominfo yang dapat memengaruhi efektivitas komunikasi digital, serta keterbatasan pada satu platform media sosial saja.

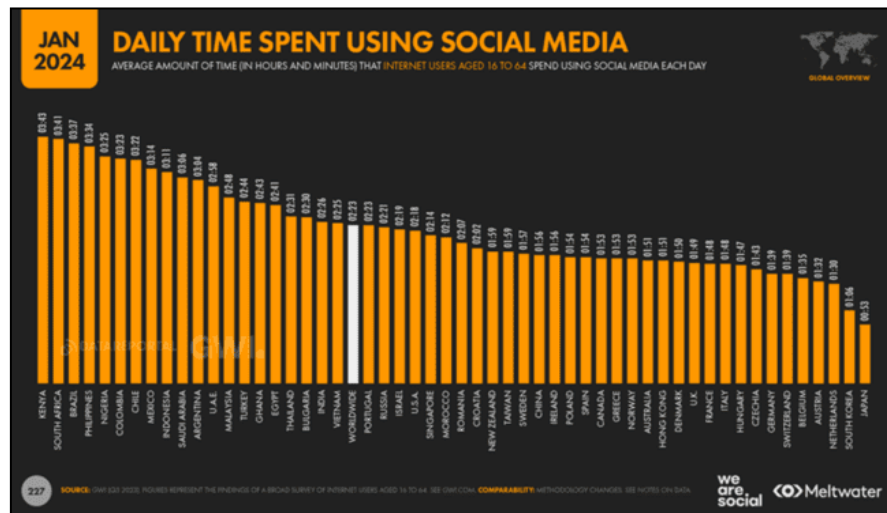
Kata kunci: Sosial Media; Instagram; Partisipasi Publik; E-Government.

PENDAHULUAN

Pada dasarnya, perkembangan terhadap teknologi serta digitalisasi di zaman ini telah membawa perubahan yang beragam dalam berbagai sektor, termasuk dalam hal ini adalah sektor pemerintahan. Yang mana, pemerintah di berbagai negara, seperti di Indonesia sendiri telah menghadapi tuntutan agar dapat beradaptasi terkait dengan era digital ini guna meningkatkan efektivitas serta efisiensi maupun transparansi dalam memberikan pelayanan publik. Adapun salah satu langkah strategis yang dilakukan oleh pemerintah saat ini adalah dengan menerapkan prinsip *e-government*, yang mana hal ini bertujuan untuk mengubah atau memberikan transformasi terhadap administrasi publik guna membantu menghadapi tuntutan untuk beradaptasi terhadap era digitalisasi. Adapun yang dimaksud adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan Komunikasi (TIK).

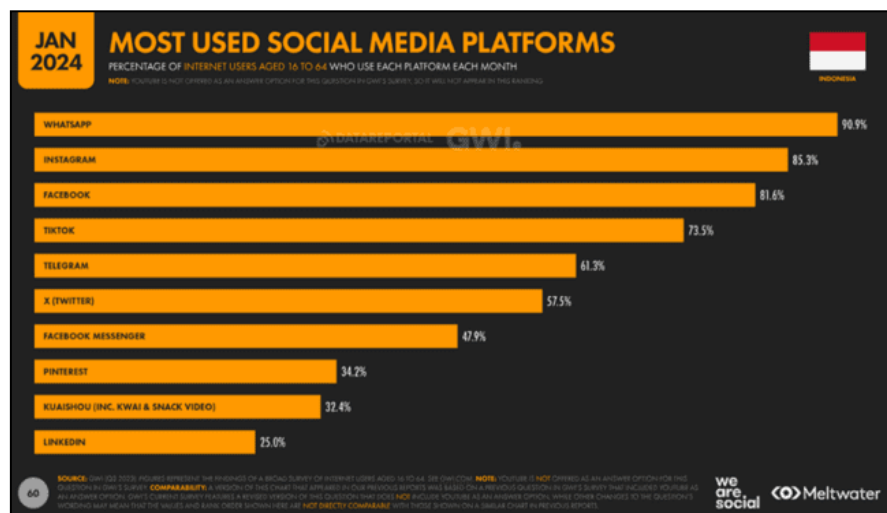
Di Indonesia sendiri, kebijakan terkait dengan pemerintahan elektronik atau *e-government* telah diatur di dalam berbagai peraturan yang dikeluarkan sebelumnya, dalam konteks ini adalah seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE). Peraturan-peraturan tersebut pada dasarnya dikeluarkan guna mendorong instansi pemerintah untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi dalam penyelenggaraan pemerintahan, termasuk dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Adapun salah satu platform digital yang cenderung semakin ramai digunakan dalam komunikasi antara pemerintah dengan publik atau masyarakat adalah dengan menggunakan media sosial.

Media sosial merupakan platform atau salah satu alat yang digunakan untuk memungkinkan pemerintah dapat menyampaikan informasi kepada publik secara cepat, luas, dan interaktif. Berdasarkan laporan Global Digital Report 2024 yang disusun oleh We Are Social dan Meltwater, jumlah pengguna media sosial di dunia mencapai 63,3% dari total populasi, dengan rata-rata waktu penggunaan harian sebesar 2 jam 23 menit.



Gambar 1.
Rata-Rata Penggunaan Media Sosial di Seluruh Dunia
Sumber: We Are Social dan Meltwater (2024)

Selain itu, berdasarkan dari laporan yang sama oleh We Are Social dan Meltwater pada tahun 2024, di Indonesia sendiri ada terdapat sekitar 139 juta pengguna media sosial, yang setara dengan 49,9% dari total populasi, dengan rata-rata waktu penggunaan harian mencapai 3 jam 11 menit.

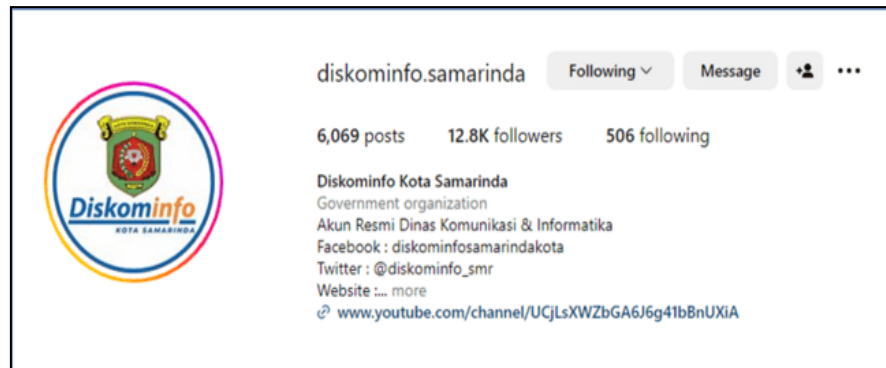


Gambar 2.
Platform Media Sosial Paling Banyak Digunakan
Sumber: We Are Social dan Meltwater (2024)

Berdasarkan dari laporan lainnya, diketahui bahwa *Instagram* merupakan salah satu platform sosial media yang cenderung ramai digunakan oleh penduduk di Indonesia setelah WhatsApp, sebagaimana ditunjukkan dalam data peringkat platform media sosial berdasarkan jumlah pengguna di atas ini.

Dalam konteks pemerintahan daerah, sebagai bentuk implementasi e-government di tingkat lokal, Pemerintah Kota Samarinda telah mengembangkan beberapa inisiatif digital untuk meningkatkan efisiensi layanan publik dan memperluas akses informasi. Salah satu upaya tersebut adalah peluncuran aplikasi SANTER (Samarinda Terintegrasi), yang dirancang untuk mengintegrasikan berbagai layanan pemerintahan ke dalam satu platform digital terpadu.

Selain itu, terdapat pula sistem SAMAGOV (Samarinda Government) yang digunakan sebagai bagian dari sistem informasi pemerintahan berbasis elektronik di lingkungan Pemerintah Kota Samarinda. Selain dari kedua inisiatif tersebut, adapun media sosial digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan partisipasi publik dalam berbagai program dan kebijakan. Salah satu instansi yang memanfaatkan media sosial dalam mendukung prinsip *e-government* adalah Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Samarinda.



Gambar 3.

Jumlah *Followers* Akun *Instagram* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda
Sumber: Akun *Instagram* Diskominfo Kota Samarinda (2024)

Pada dasarnya, salah satu media sosial yang digunakan oleh Diskominfo Kota Samarinda adalah dengan menggunakan *Instagram* sebagai platform untuk menyebarkan informasi publik dan meningkatkan partisipasi masyarakat, yang mana akun *Instagram* Diskominfo memiliki pengikut atau followers yang mencapai lebih dari 12.000. Meskipun demikian, tingkat interaksi, seperti jumlah like, komentar, serta share masih relatif rendah. Adapun beberapa faktor yang dapat menyebabkan rendahnya interaksi tersebut, yaitu karena kurangnya konsistensi dengan unggahan, gaya penyampaian konten yang cenderung formal dan kurang komunikatif, serta kurangnya unsur visual atau naratif yang mampu menarik minat pengguna media sosial, khususnya generasi muda yang mendominasi platform seperti Instagram. Selain itu, audiens yang mengikuti akun tersebut kemungkinan besar hanya pasif atau tidak secara aktif terlibat karena tidak melihat relevansi langsung antara konten yang disampaikan dengan kebutuhan sehari-hari mereka.



Gambar 4.

Jumlah Like, Comment dan Share di Salah Satu Unggahan Akun *Instagram* Diskominfo Kota Samarinda

Sumber: Akun *Instagram* Diskominfo Kota Samarinda (2024)

Berdasarkan fenomena tersebut, muncul beberapa pertanyaan terkait penggunaan *Instagram* oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda yang perlu dikaji lebih lanjut melalui suatu penelitian. Pertanyaan pertama adalah apakah penggunaan media sosial *Instagram* oleh dinas tersebut benar-benar berpengaruh terhadap partisipasi publik dalam mendukung prinsip *e-government*? Selain itu, apakah hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat dibuktikan kebenarannya terkait pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap tingkat partisipasi publik? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda terhadap partisipasi publik untuk mendukung prinsip *e-government* dan untuk menguji kebenaran hipotesis mengenai pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda terhadap tingkat partisipasi publik dalam mendukung prinsip *e-government*.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial

Pada dasarnya media sosial merupakan satu hal yang telah berkembang yang saat ini menjadi salah satu wadah utama dalam komunikasi modern. Simarmata, dkk. (2019) menjelaskan bahwa media sosial awalnya berkembang dari jaringan komunikasi berbasis internet yang memungkinkan para pengguna atau user dalam melaksanakan pertukaran informasi serta behubungan antar sesama secara real time atau dalam waktu nyata. Criticos dalam Krisanto (2016) menjelaskan bahwa pada dasarnya media merupakan suatu alat yang digunakan dalam upaya untuk menyampaikan informasi, sedangkan Deliyantor (2017) menyebutkan bahwa sosial merupakan interaksi antara individu satu dengan individu lainnya dalam suatu sistem terorganisir. Adapun sebagaimana yang dijelaskan oleh Van Dijck dalam Asari, dkk (2023:132) bahwa media sosial dapat dianggap sebagai platform online yang memiliki fungsi sebagai penyedia wadah, platform, atau fasilitator bagi individu atau sekelompok individu untuk membangun jaringan serta konektivitas, yang mana hal-hal tersebut merupakan nilai sosial. Berdasarkan penjelasan di atas terkait dengan media sosial, maka dapat dikatakan bahwa media sosial merupakan wadah, platform, atau fasilitator yang bersifat digital dengan memanfaatkan perkembangan teknologi berupa internet untuk mendukung konektivitas atau jaringan sosial antara individu satu dengan lainnya dengan melaksanakan kegiatan seperti interaksi sosial, namun secara digital atau online.

Berkenaan dengan media sosial ini, Chris Heuer di dalam Hidayah dan Esfandari (2019:4), mengemukakan pendapat terkait 4 (empat) C dalam penggunaan media sosial, di antaranya adalah:

1. *Context*: “*How we frame our stories*”, context atau konteks adalah merujuk pada cara atau metode membentuk pesan atau cerita, termasuk elemen-elemen seperti format penyampaian, pilihan bahasa yang digunakan, serta isi dari pesan itu sendiri. Hal ini mencakup bagaimana informasi disusun dan disampaikan agar dapat dipahami dengan baik oleh penerima.
2. *Communication*: “*The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing*”, communication atau komunikasi merupakan proses berbagi cerita atau informasi yang mencakup aktivitas mendengarkan dan merespons dengan cara yang tepat, termasuk dengan penambahan elemen visual atau pengemasan pesan yang menarik. Hal ini bertujuan agar pengguna merasa nyaman saat menerima pesan, sehingga makna dan tujuan pesan dapat tersampaikan secara efektif.

3. *Collaboration*: “*Working together to make things better and more efficient and effective*”, collaboration atau kolaborasi adalah kerja sama antara akun atau perusahaan dengan followers, pengikut, atau pengguna media sosial lainnya untuk menghasilkan sesuatu yang lebih bermanfaat dengan cara yang lebih efisien dan efektif.
4. *Connection*: “*The relationship we forge and maintain*”, connection atau koneksi yaitu adalah merujuk pada pemeliharaan hubungan yang telah terjalin, yang dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan berkelanjutan. Hal ini bertujuan agar pengguna, followers, atau pengikut merasa lebih dekat dan terhubung dengan akun atau perusahaan yang diikuti di media sosial.

Berdasarkan dari teori 4 (empat) C yang dijelaskan oleh Chris Heuer di atas terkait penggunaan media sosial, dapat disimpulkan bahwa hal-hal tersebut merupakan aspek penting yang harus ada di setiap platform media sosial. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa media sosial tersebut dapat dengan mudah digunakan serta mampu untuk memenuhi berbagai tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan oleh setiap individu yang menggunakan platform media sosial tertentu.

Instagram

Adapun berbagai macam media sosial yang cenderung digunakan oleh pengguna internet saat ini mencakup platform-platform populer seperti *Instagram*, Facebook, TikTok, Twitter, YouTube, dan lain-lain. Salah satu aplikasi media sosial yang sangat populer adalah *Instagram*, Annisa dan Wulansari (2024:3), kata "insta" berasal dari "instan" yang mengacu pada kemampuan *Instagram* untuk menampilkan gambar secara langsung, mirip dengan konsep "foto instan" pada kamera polaroid. Sedangkan kata "gram" diambil dari "telegram," yang dikenal sebagai alat untuk mengirim informasi dengan cepat. Dengan demikian, *Instagram* menggabungkan konsep instan dan telegram, karena memungkinkan penggunanya untuk mengirimkan gambar serta informasi dengan cepat, selain itu aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengedit konten visual dengan berbagai filter dan efek menarik. Pada awal diluncurkannya di 06 Oktober 2010 aplikasi media sosial *Instagram* oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, awalnya bernama “Burbn” dan digunakan oleh penggunanya dari iOS (Apple) dengan bertujuan untuk mengunggah atau mengupload foto dengan berbagai macam filter. Namun seiring berjalannya waktu, di mana *Instagram* dibeli oleh Facebook di tahun 2012 senilai \$1 miliar yang meningkatkan perkembangan *Instagram*, hingga kini telah berkembang dan memiliki fitur yang lebih lengkap serta menarik daripada sebelumnya, seperti Postingan, *Following/Followers*, *Likes/Shares*, *Comments*, *Stories*, *IGTV*, *Shopping*, *Live Streaming*, *Direct Messages* (DM), *Explore Page*, dan lain-lain.

Partisipasi Publik

Pada dasarnya, partisipasi publik mengacu pada keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pengambilan keputusan. Adapun dalam konteks pemerintahan, partisipasi publik ini mencakup hal-hal seperti penyampaian pendapat, aspirasi dari publik, hingga keterlibatan langsung.

Noer (2022:7) menyampaikan bahwa partisipasi publik pada dasarnya merupakan kejadian berupa proses yang mana perhatian dari publik, kebutuhan, serta nilai-nilai dicantumkan kepada pemerintah, khususnya keputusan pemerintah atau perusahaan. Tina Nabatchi dan Matt Leighninger (2015:14) menyatakan “*Public participation is an umbrella term that describes the activities by which people’s concerns, needs, interests, and values are incorporated into decisions and actions on public matters and issues*” dan James L. Creighton (2005:7), dijelaskan bahwa “*Public participation is the process by which public concerns, needs, and values are incorporated into governmental and corporate decision making. It is twoway communication and interaction, with the overall goal of better decisions that are supported by*

the public." Bila keduanya diterjemahkan, partisipasi publik merupakan istilah umum yang menggambarkan kegiatan di mana kekhawatiran, kebutuhan, kepentingan, dan nilai-nilai masyarakat diintegrasikan ke dalam keputusan dan tindakan terkait masalah dan isu publik. Adapun berbasir dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa partisipasi publik merupakan proses yang melibatkan tentang kebutuhan, kepentingan, serta nilai-nilai masyarakat dalam kegiatan pemerintahan yaitu seperti pengambilan keputusan, yang mana hal tersebut dilaksanakan dengan tujuan untuk menciptakan kerja sama baik antara pemerintah dengan masyarakat agar dapat menghasilkan kesepakatan bersama yang didukung oleh kedua belah pihak.

Berkenaan dengan partisipasi publik ini, International Association for Public Participation (IAP2) dalam Sudawarso (2022:327) bahwa ada terdapat 5 (lima) indikator yang perlu diperhatikan, yakni:

1. *Inform*: "To provide the public with balanced and objective information to assist them in understanding the problem, alternatives, opportunities and/or solutions." Indikator *inform* atau menginformasikan, bermakna bahwa pemerintah harus mampu dalam memberikan informasi yang objektif serta seimbang kepada publik dengan tujuan agar dapat mendukung, membantu, serta mendorong publik untuk memahami masalah, alternatif, peluang, dan/atau solusi. Dengan kata lain, indikator ini mengharuskan adanya jaminan dari pemerintah dalam penyampaian informasi terkait segala sesuatu kepada publik agar publik dapat ikut berpartisipasi.
2. *Consult*: "To obtain public feedback on analysis, alternatives and/or decisions." *Consult* atau mengonsultasikan, yang berarti, menerima feedback, tanggapan, atau timbal balik dari publik terkait analisis, alternatif, dan/atau keputusan yang telah dilaksanakan. Indikator ini bertujuan agar pemerintah harus menerima, mengakui, serta mendengarkan aspirasi, tanggapan, kekhawatiran, ataupun kritik dari publik terkait dengan keputusan atau informasi yang telah disampaikan kepada publik dan harus memberikan umpan balik.
3. *Involve*: "To work directly with the public throughout the process to ensure that public concerns and aspirations are consistently understood and considered." *Involve* atau melibatkan, bermakna untuk bekerja sama atau melibatkan secara langsung kepada publik selama proses berlangsung, dengan tujuan untuk meyakinkan bahwa kekhawatiran dari publik serta aspirasinya telah dipahami secara konsisten dan dipertimbangkan. Indikator ini menunjukkan bahwa pemerintah harus memberikan jaminan bahwa pendapat publik, aspirasinya, dan kekhawatirannya terlibat dalam alternatif yang dikembangkan dan memberikan umpan balik bahwa masukan dari publik memengaruhi proses maupun hasil dari keputusan.
4. *Collaborate*: "To partner with the public in each aspect of the decision including the development of alternatives and the identification of the preferred solution." *Collaborate* atau mengolaborasikan, bermakna bahwa perlu untuk bekerja sama dengan publik dalam segala aspek keputusan, termasuk dalam pengembangan alternatif dan dalam mengidentifikasi solusi yang terbaik. Indikator ini menyampaikan bahwa pemerintah harus benar-benar menjalankan saran, masukan, ataupun kritikan dari publik ke dalam keputusan pemerintah.
5. *Empower*: "To place final decision making in the hands of the public." *Empower* atau memberdayakan, bermakna bahwa keputusan terakhir ditempatkan kepada publik dan berada di tangan publik. Indikator ini menyatakan bahwa pemerintah menerapkan keputusan dari keinginan publik sebagai wewenang publik.

Hipotesis

Hipotesis pada dasarnya merupakan pernyataan sementara yang harus diuji kebenarannya. Oleh karena itu, peneliti menetapkan hipotesis yang sesuai dengan rumusan masalah yang peneliti ajukan, dengan menggunakan hipotesis alternatif (H_a) dan hipotesis nol (H_0), yaitu:

H_a : Diduga terdapat pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Samarinda terhadap partisipasi publik untuk mendukung prinsip *e-government*

H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Samarinda terhadap partisipasi publik untuk mendukung prinsip *e-government*

METODE

Metode Penelitian

Penelitian ini membahas hal yang berkaitan dengan pengaruh dari penggunaan media sosial *Instagram* oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda terhadap partisipasi publik dalam mendukung prinsip *e-government* atau pemerintah elektronik. Adapun dalam upaya untuk membahas topik tersebut, penelitian ini pada dasarnya menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yang mana metode ini berfokus pada analisis data numerik dan statistik dalam rangka menghasilkan gambaran empiris terkait dengan pengaruh dari penggunaan media sosial terkhususnya *Instagram* dalam upaya partisipasi publik untuk pemerintahan berbasis digital atau *e-government*. Pada dasarnya, di dalam penelitian ini, data-data yang dikumpulkan merupakan hasil yang didapatkan dari observasi, kuesioner, serta dokumentasi yang relevan dengan topik penelitian ini. Data-data kuantitatif yang dikumpulkan kemudian dapat diolah terlebih dahulu serta dianalisis menggunakan beberapa teknik statistik, yang mana tahapan-tahapan tersebut diharapkan dapat menghasilkan penelitian yang dapat memberikan kontribusi teoritis serta metodologis.

Sampel dan Populasi

Pada dasarnya populasi yang ada di dalam penelitian ini mengacu kepada keseluruhan dari pengikut atau followers dari akun *Instagram* @diskominfo.samarinda yang berjumlah 12.814 pengikut per tanggal 12 Oktober 2024. Adapun sampel dari penelitian ini ditentukan berdasarkan dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Sampel penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus *Slovin* dengan menggunakan taraf *error* sebesar 10%, yang mana berdasarkan hasil penghitungan tersebut menghasilkan sampel sebanyak 100 responden. Adapun penggunaan 10% ini juga memungkinkan peneliti memperoleh ukuran sampel yang proporsional dan realistis, dengan mempertimbangkan efisiensi waktu dan sumber daya. Meskipun taraf *error* ini memberikan tingkat presisi yang lebih rendah dibandingkan 5%, hasil analisis tetap dapat memberikan gambaran yang kredibel dan relevan terhadap tujuan penelitian.

Alat Pengukuran Data

Pada dasarnya, di dalam penelitian, keberhasilan serta kelancaran dalam mengumpulkan data penelitian yang akurat sangat bergantung pada penggunaan alat pengukuran yang tepat.. Perlu ditekankan bahwa setiap alat pengukuran data memerlukan skala, adapun beragam skala yakni seperti skala *likert*, *guttman*, *deferential*, serta *scale*. Dalam penelitian ini, skala *likert* adalah alat pengukuran data yang digunakan.

Tabel 1.

Alat Pengukuran Data Skala *Likert*

Pernyataan	Skor
------------	------

Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Kurang Setuju (KS)	2
Tidak Setuju (TS)	1

Sumber: Sugiyono (2022:94)

Adapun di dalam tabel atas, item-item pertanyaan beserta opsi jawaban yang disajikan berperan untuk mencerminkan gradasi pendapat responden, hal ini dimulai dari sangat setuju sampai tidak setuju (sesuai kondisi dan pertanyaan). Adapun setiap opsi yang disajikan disertakan dengan skor yang akan memudahkan analisis data kuantitatif dari responden agar peneliti dapat menginterpretasikan hasil survei dengan lebih efektif dan mendapatkan gambaran yang baik terkait pandangan responden terhadap variabel yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau metode yang dimanfaatkan dengan tujuan untuk mengumpulkan data-data atau informasi-informasi yang didapatkan saat penelitian lapangan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah seperti, observasi, penyebaran kuesioner, serta dokumentasi. seperti buku, laporan, catatan-catatan, peraturan-peraturan, maupun perundang-undangan. Adapun variabel penggunaan media sosial diukur berdasarkan indikator 4C dari Chris Heuer, yang terdiri atas, *Content* (kualitas dan kejelasan isi informasi), *Context* (kesesuaian isi dengan kebutuhan publik), *Connection* (keterhubungan dan interaksi dengan pengguna), dan *Collaboration* (tingkat partisipasi dua arah melalui media sosial), yang mana masing-masing indikator diwakili oleh 3 item pernyataan, sehingga total terdapat 12 item untuk mengukur variabel media sosial. Sementara itu, variabel partisipasi publik diukur menggunakan model dari *International Association for Public Participation* (IAP2) yang mengklasifikasikan tingkat partisipasi menjadi lima indikator, yaitu adalah *Inform* (pemberian informasi kepada publik), *Consult* (mengumpulkan masukan dari publik), *Involve* (melibatkan publik secara aktif), *Collaborate* (bekerja sama dengan publik dalam pengambilan keputusan), dan *Empower* (memberikan kewenangan kepada publik). Adapun masing-masing indikator terdiri dari 3 (tiga) item pertanyaan, sehingga total terdapat 15 item untuk variabel partisipasi publik. Pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan konsep teoritis IAP2 dan telah disesuaikan dengan konteks komunikasi melalui media sosial.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu langkah krusial yang dipilih dan dipergunakan oleh peneliti yang bertujuan untuk memahami, menginterpretasikan, serta untuk menyimpulkan data-data yang telah dikumpulkan selama proses penelitian. Adapun analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan berikut, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Normalitas.

Pada dasarnya, di dalam menganalisis data peneliti diperlukan untuk memilih metode dalam menganalisis data berdasarkan sifat data yang ditemukan agar dapat menjawab pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan. Dalam konteks data yang bersifat ordinal sebagaimana yang tertera di dalam penelitian ini, maka salah satu metode yang dapat dimanfaatkan dalam rangka mengukur hubungan antara variabel dependen (X) dengan variabel independen (Y) adalah dengan menggunakan analisis data koefisien korelasi Rank Spearman. Umumnya korelasi Rank *Spearman* ini sesuai namanya harus mengubah data yang ada menjadi urutan peringkat, dari yang terkecil sampai dengan yang terbesar, yang mana peringkat tersebut harus dihitung yang kemudian hasil hitungan peringkat tersebut dihitung korelasinya menggunakan rumus Rank *Spearman*.

Menurut Pratama (2019:30) bahwa korelasi *Spearman* merupakan salah satu metode dalam penelitian kuantitatif berupa uji statistik yang digunakan dengan tujuan untuk menguji hipotesis asosiatif antara dua variabel yang memiliki data ordinal. Adapun makna dari nilai Korelasi *Rank Spearman* adalah sebagai berikut.

Tabel 2.
Makna Nilai Korelasi Rank Spearman

Nilai	Makna
0,00 – 0,19	Sangat Rendah/Sangat Lemah
0,20 – 0,39	Rendah/Lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Tinggi/Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi/Sangat Kuat

Sumber: Bangkit Ary Pratama (2019:30)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Data Responden

Penelitian ini menggunakan indikator variabel sebagaimana yang telah ditetapkan sebelumnya sebagai dasar untuk menyusun pertanyaan dalam kuesioner. Kuesioner disebarkan melalui platform *Google Form* kepada 100 responden yang merupakan *followers* akun *Instagram* Diskominfo Kota Samarinda. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin (*margin error 10%*) dan teknik *random sampling*. Data yang dikumpulkan meliputi usia, jenis kelamin, profesi, kepemilikan akun *Instagram*, dan intensitas penggunaan *Instagram* harian responden.

Data terkait usia responden menunjukkan mayoritas responden dari followers akun *Instagram* Diskominfo Kota Samarinda yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini adalah berada di dalam kelompok usia 18-24 tahun, dengan jumlah responden sebanyak 73 orang, 42 perempuan dan 32 laki-laki. Kelompok usia 25-34 tahun menduduki posisi kedua dengan jumlah sebanyak 12 responden, 4 perempuan dan 8 laki-laki, diikuti oleh kelompok usia 35-44 tahun sebanyak 7 responden, 2 perempuan dan 5 laki-laki, serta kelompok usia di bawah 18 tahun sebanyak 6 responden, perempuan 4 serta laki-laki 2, dan di atas 45 tahun sebanyak 2 responden, 1 laki-laki dan 1 perempuan. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin perempuan dengan total jumlah 53 responden dan laki-laki berjumlah 47 responden.

Data responden berdasarkan profesi menunjukkan terdapat mayoritas responden dari *followers* akun *Instagram* Diskominfo Kota Samarinda yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah sebanyak 69 responden. Dalam sisi lainnya, mayoritas kedua yang mengisi kuesioner adalah oleh pegawai swasta sebanyak 13 responden, dan diikuti oleh responden yang tidak berprofesi (tidak bekerja) sebanyak 7 responden, kemudian oleh ASN/ASN sebanyak 6 responden dan wirausaha sebanyak 5 responden.

Data responden berdasarkan kepemilikan akun *Instagram* menunjukkan terdapat mayoritas responden dari followers akun *Instagram* Diskominfo Kota Samarinda memiliki akun *Instagram* serta aktif dalam menggunakannya, yaitu sebanyak 82 responden. Sedangkan 18 responden lainnya menyatakan kepemilikan akun *Instagram*, namun tidak begitu aktif dalam menggunakannya. Data tersebut juga menyatakan bahwa tidak ada satu responden yang tidak aktif dalam menggunakan akun *Instagram* maupun tidak memiliki akun *Instagram*.

Data responden berdasarkan tinggal di Kota Samarinda menunjukkan terdapat mayoritas yang tinggal di Kota Samarinda berjumlah 89 responden. Sedangkan jumlah responden yang tidak tinggal di Kota Samarinda hanya terdapat 11 responden saja. Meskipun demikian, jawaban yang diberikan oleh responden tetap dianggap valid dengan kriteria responden sebelumnya telah mengikuti akun *Instagram* Diskominfo Kota Samarinda.

Data responden berdasarkan mengikuti Akun Diskominfo Kota Samarinda menunjukkan terdapat keseluruhan responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini adalah 100% pengikut atau followers dari akun *Instagram* Diskominfo Kota Samarinda.

Data responden berdasarkan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* setiap harinya menunjukkan mayoritas *followers* Diskominfo Samarinda di *Instagram* menggunakan platform ini 1-2 jam/hari (37 orang), diikuti oleh <1 jam (27 orang), 2-3 jam (18 orang), 3-4 jam (10 orang), dan >4 jam (8 orang).

Deskriptif Responden Terhadap Variabel X (Media Sosial) dan Y (Partisipasi Publik)

Setelah dilaksanakannya penyebaran kuesioner kepada responden yang berjumlah 100 responden, telah dikumpulkan dan dihasilkan jawaban berupa pernyataan dari pertanyaan dari setiap item pada Variabel X (Media Sosial) yang diberikan kepada responden. Adapun hasil pertanyaan X1 hingga X12 menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan memberikan penilaian positif terhadap 12 pertanyaan yang diukur. Total skor rata-rata ada sebesar 45.8, dengan mayoritas (64%) berfokus di rentang 40-49. Hal ini memperlihatkan bahwa adanya kecenderungan responden untuk setuju atau memberi nilai baik. Skor tertinggi (60) dicapai oleh beberapa partisipan yang secara konsisten memberi nilai maksimal (5) pada semua pertanyaan, sementara skor terendah (31) muncul dari kombinasi nilai rendah di beberapa item, seperti halnya nilai 1 pada pertanyaan tertentu.

Pada dasarnya, hampir semua pertanyaan (10 dari 12) didominasi nilai 4, yang mana hal ini memberikan konsistensi respons positif. Dua pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah X5 (4.3) dan X4 (4.2), yang merefleksikan item paling disetujui oleh responden. Meskipun terdapat variasi pada X7 (nilai rendah lebih sering) dan X12 (jarang mencapai nilai 5), mayoritas data menunjukkan stabilitas penilaian dengan kecenderungan ke arah respons positif.

Selanjutnya adalah Variabel Y (Partisipasi Publik) yang diberikan kepada responden. Adapun hasil pertanyaan Y1 hingga Y15 menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan memberikan penilaian positif terhadap 15 pertanyaan yang diukur. Total skor rata-rata ada sebesar 56.61, dengan mayoritas (53%) berfokus di rentang 40-59. Hal ini memperlihatkan bahwa adanya kecenderungan responden untuk setuju atau memberi nilai baik. Skor tertinggi (75) dicapai oleh beberapa partisipan yang secara konsisten memberi nilai maksimal (5) pada semua pertanyaan, sementara skor terendah (34) muncul dari kombinasi nilai rendah di beberapa item, seperti halnya nilai 1 pada pertanyaan tertentu. Pada dasarnya, hampir semua pertanyaan (misalnya Y1, Y4, Y5) didominasi nilai 4, yang mana hal ini memberikan konsistensi respons positif. Dua pertanyaan dengan rata-rata tertinggi adalah Y5 (4.3) dan Y4 (4.2), yang merefleksikan item paling disetujui oleh responden. Meskipun terdapat variasi pada Y7 (nilai rendah lebih sering) dan Y15 (didominasi nilai 3), mayoritas data menunjukkan penilaian dengan kecenderungan ke arah respons positif.

Uji Validitas

Pada dasarnya, di dalam penelitian kuantitatif, kualitas data yang dipergunakan merupakan hal yang krusial dalam rangka untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat dipercaya serta dipertanggungjawabkan. Yang mana ada salah satu hal utama yang perlu diperhatikan oleh seorang peneliti, yaitu adalah validitas data. Validitas data bertujuan untuk mengetahui sejauh mana data yang diperoleh oleh peneliti sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Data yang valid menyatakan adanya kesesuaian antara apa yang diukur dengan kenyataan yang ada, bilamana data yang dilaporkan oleh peneliti tidak sesuai dengan objek maka data tersebut tidak valid. Oleh karena itu, berikut adalah hasil uji validitas yang peneliti susun terhadap data penelitian ini dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Tabel 11.
Uji Validitas Variabel X (Media Sosial)

No.	Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	X1	0,641	0,30	Valid
2	X2	0,543	0,30	Valid
3	X3	0,587	0,30	Valid
4	X4	0,679	0,30	Valid
5	X5	0,620	0,30	Valid
6	X6	0,793	0,30	Valid
7	S7	0,675	0,30	Valid
8	X8	0,708	0,30	Valid
9	X9	0,633	0,30	Valid
10	X10	0,660	0,30	Valid
11	X11	0,695	0,30	Valid
12	X12	0,720	0,30	Valid

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti melalui SPSS Versi 30, 2025.

Berdasarkan dari hasil uji validitas yang telah dihasilkan pada tabel di atas, dapat terlihat bahwa nilai r hitung untuk seluruh item pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner dari X1 hingga X12 bahwa lebih besar daripada nilai r tabel, yaitu 0,30. Yang mana, nilai terbesar dari r hitung adalah dari X6 yaitu sebanyak 0,793 dan yang terkecil dari r hitung X2 yaitu sebanyak 0,543. Data di atas menunjukkan bahwa semua item berdasarkan indikator yang digunakan) dinyatakan valid untuk Variabel X (Media Sosial). Dengan demikian, data yang dihasilkan layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis data.

Tabel 12.
Uji Validitas Variabel Y (Partisipasi Publik)

No.	Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	Y1	0,590	0,30	Valid
2	Y2	0,769	0,30	Valid
3	Y3	0,700	0,30	Valid
4	Y4	0,725	0,30	Valid
5	Y5	0,704	0,30	Valid
6	Y6	0,768	0,30	Valid
7	Y7	0,656	0,30	Valid
8	Y8	0,687	0,30	Valid
9	Y9	0,781	0,30	Valid
10	Y10	0,758	0,30	Valid
11	Y11	0,731	0,30	Valid
12	Y12	0,766	0,30	Valid
13	Y13	0,743	0,30	Valid
14	Y14	0,788	0,30	Valid
15	Y15	0,826	0,30	Valid

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti melalui SPSS Versi 30, 2025.

Berdasarkan dari hasil uji validitas yang telah dihasilkan pada tabel di atas, dapat terlihat bahwa nilai r hitung untuk seluruh item pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner dari Y1 hingga Y15 bahwa lebih besar daripada nilai r tabel, yaitu 0,30. Yang mana, nilai terbesar dari r hitung adalah dari Y15 yaitu sebanyak 0,826 dan yang terkecil dari r hitung Y1 yaitu sebanyak 0,590. Data di atas menunjukkan bahwa semua item berdasarkan indikator yang digunakan) dinyatakan valid untuk Variabel Y (Partisipasi Publik). Dengan demikian, data yang dihasilkan layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis data.

Uji Reliabilitas

Pada dasarnya, uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui atau mengukur konsistensi atau stabilitas data yang dihasilkan saat penelitian. Yang mana, uji reliabilitas

bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian menghasilkan data yang dapat dipercaya dan konsisten apabila diulang pada waktu yang berbeda atau dengan sampel yang berbeda. Oleh karena itu, berikut adalah hasil uji validitas yang peneliti susun terhadap data penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan kriteria jika nilai koefisien dari *Cronbach's Alpha* \geq (lebih dari) 0,60, dapat dinyatakan bahwa data tersebut dianggap reliabel, uji reliabilitas ini dibantu dengan perangkat lunak SPSS.

Tabel 13.
Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Media Sosial (X)	0,891	Reliabel
2	Partisipasi Publik (Y)	0,931	Reliabel

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti melalui SPSS Versi 30, 2025.

Berdasarkan dari tabel hasil uji reliabilitas yang telah dilaksanakan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, dapat disimpulkan dari data yang ditampilkan bahwa variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik karena lebih dari 0,60. Dengan nilai *Cronbach's Alpha* bagi variabel X (Media Sosial) memiliki nilai 0,891 dan untuk nilai *Cronbach's Alpha* bagi variabel Y (Partisipasi Publik) memiliki nilai 0,931. Dengan demikian, variabel penelitian dapat dianggap reliabel dan mampu menghasilkan data yang stabil serta konsisten ketika digunakan pada situasi yang serupa. **Uji Normalitas**

Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, yang mana metode ini cenderung digunakan di dalam penelitian pada sampel yang jumlahnya besar, yaitu lebih dari 50 responden, sedangkan penelitian ini memiliki jumlah 100 responden sehingga sangat relevan untuk menggunakan metode ini.

Tabel 14.
Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandarized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		3,87334772
Most Extreme Differences	Absolute		0,107
	Positive		0,058
	Negative		-0,107
Test Statistic			0,107
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			0,007
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		0,006
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,004
		Upper Bound	0,008

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti melalui SPSS Versi 30, 2025.

Berdasarkan dari hasil uji normalitas pada tabel di atas dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*, maka dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (dari *Asymp. Sig. 2-tailed*) terdapat jumlah sebanyak 0,007. Nilai tersebut apabila dilihat dari kriteria atau standar yang telah ditetapkan yaitu adalah 0,05, menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan dari uji normalitas ini adalah data tidak terdistribusi normal.

Oleh karena itu, asumsi distribusi normal terhadap data tidak terpenuhi. Dengan demikian, metode yang digunakan dalam analisis statistik untuk penelitian ini tidak valid untuk metode parametrik, karena metode tersebut memerlukan hasil asumsi data yang terdistribusi normal. Maka dari itu, hasil dari data yang tidak terdistribusi normal tersebut, peneliti dapat menggunakan metode non-parametrik dalam melaksanakan analisis statistik dan valid untuk menggunakan metode Koefisien Korelasi Rank Spearman.

Analisis Data Statistik

Setelah melalui uji normalitas, validitas, dan reliabilitas, data yang diperoleh terdistribusi tidak normal, namun valid dan reliabel, sehingga penelitian dapat dilanjutkan ke tahap analisis. Pada tahap ini, peneliti bertujuan menjawab pertanyaan penelitian terkait hubungan atau pengaruh antara Variabel X (Media Sosial) dan Variabel Y (Partisipasi Publik), serta menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Untuk itu, peneliti menggunakan metode Koefisien Korelasi Rank Spearman sebagai alat uji statistik, dengan bantuan perangkat lunak SPSS Versi 30 dan analisis manual. Berikut adalah hasil analisis data menggunakan metode tersebut.

Tabel 14.
Korelasi Rank Spearman

Correlations				
			Media Sosial	Partisipasi Publik
Spearman's Rho	Media Sosial	Correlations Coefficient	1000	.884 ^{**}
		Sig. (2-tailed)		0,000
		N	100	100
	Partisipasi Publik	Correlations Coefficient	.884 ^{**}	1000
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	100	100

***.* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti melalui SPSS Versi 30, 2025.

Berdasarkan dari tabel di atas yang memperlihatkan hasil dari analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 30, Ditunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi adalah bernilai 0,884 (0,90 bila dibulatkan), baik untuk variabel X atau independen (Media Sosial) ataupun variabel Y atau dependen (Partisipasi Publik). Adapun menurut interpretasi dari tabel makna terkait nilai Koefisien Korelasi Rank Spearman, nilai yang berada di antara 0,80 - 1,00 dianggap bahwa terdapat korelasi atau pengaruh yang sangat tinggi/sangat kuat dan positif antara kedua variabel tersebut. Selain itu, hasil dari nilai analisis Rank Spearman di atas juga menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi atau Sig. 2-tailed, berjumlah dengan nilai 0,000, yang mana nilai tersebut menunjukkan perbandingan yang lebih kecil daripada nilai 0,01 Tanda “***” (dua bintang kecil/asterisk) di tabel menunjukkan bahwa nilai yang berada di bawah atau lebih kecil dari 0,01 dianggap memiliki hubungan yang signifikan.

Meskipun hasil analisis menunjukkan adanya korelasi yang sangat kuat antara pengguna media sosial Instagram oleh Diskominfo Kota Samarinda dengan partisipasi publik, hal ini tampak bertolak belakang dengan tingkat interaksi pengguna yang relatif rendah, sebagaimana ditunjukkan melalui data kuantitatif seperti jumlah likes, komentar, dan shares. Meskipun demikian, perbedaan ini dapat dijelaskan melalui karakteristik media sosial pemerintah yang umumnya digunakan untuk menyampaikan informasi bersifat satu arah dan formal, seperti pengumuman layanan publik, klarifikasi informasi, dan pemberitahuan resmi. Jenis konten semacam ini lebih berfungsi sebagai kanal penyampaian informasi ketimbang ruang dialog dua arah, sehingga walaupun tidak selalu menghasilkan interaksi langsung, tetap memberikan dampak terhadap persepsi dan kesadaran masyarakat.

Dengan kata lain, korelasi yang tinggi mengindikasikan bahwa informasi yang disampaikan melalui akun Instagram Diskominfo tetap dianggap relevan dan bermanfaat oleh responden, meskipun tidak selalu diikuti oleh interaksi langsung melalui fitur media sosial seperti likes, komentar, atau shares. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap partisipasi publik tidak semata-mata tercermin dari intensitas interaksi digital, tetapi juga dari sejauh mana informasi tersebut diterima dan dipahami oleh audiens.

Sehingga dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan atau pengaruh yang sangat kuat dan signifikan secara statistik antara penggunaan media sosial *Instagram* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda terhadap partisipasi publik berdasarkan data yang diuji.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Samarinda memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap partisipasi publik dalam mendukung prinsip *e-government*. Hal ini dibuktikan melalui uji Koefisien Korelasi Rank Spearman dengan nilai korelasi sebesar 0,884 dan signifikansi sebesar 0,000, yang menunjukkan hubungan positif yang sangat kuat

antara kedua variabel. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) **diterima** dan hipotesis nol (H_0) **ditolak**.

Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam mendorong keterlibatan masyarakat khususnya melalui penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan penyampaian isu-isu publik yang dinilai informatif bagi pengguna. Oleh karena itu, Diskominfo disarankan untuk harus menjaga kualitas komunikasi serta melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas konten dan tingkat interaksi pengguna, guna mengoptimalkan strategi komunikasi digital mereka. Upaya seperti survei kepuasan publik atau pemantauan rutin interaksi (*likes*, komentar, dan *shares*) dapat menjadi bagian dari strategi peningkatan tersebut.

Walaupun demikian, ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada satu platform media sosial, yaitu Instagram dan belum secara menyeluruh menggali faktor-faktor yang memengaruhi tingkat interaksi pengguna. Fokus ini dipilih untuk menjaga kedalaman analisis pada konteks yang spesifik. ke depan, penelitian lanjutan dapat memperluas cakupan dengan mengkaji platform media sosial lainnya atau menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed methods*) guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap dinamika partisipasi publik dalam *e-government*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada yang termormat, Bapak Muhammad Habibi, S.Sos., M.Kesos, Bapak Deandlles Christover, S.IP., M.Si, dan Bapak Ahmad Yani, S.Sos., M.Si, yang sebelumnya telah memberikan pengetahuan, dukungan yang baik, serta dorongan dan bimbingan dalam upaya menyempurnakan penelitian dan penulisan karya ilmiah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, N, Z & Wulansari, D. (2024), Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Di Staffee, *Ca Bouquet Sidoarjo, Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 6(4).
- Asari, A., dkk. (2023), *Peran Media Sosial Dalam Pendidikan*, Penerbit Istana Agency, Yogyakarta.
- Deliyanto, B. (2017), *Sistem Sosial*, Universitas Terbuka, Banten.
- Hidayah, N., & ESFANDARI, A, D. (2019), Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Akun @guniakulinerbdg Terhadap Minat Penggunaan Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner, *eProceedings of Management*, 6(1).
- James L, Creighton, (2005), *The Public Participation Handbook: Making Better Decisions Through Citizen involvement*, Penerbit Jossey-Bass, San Francisco.
- Krisanto, A. (2016), *Media Pembelajaran*, Penerbit Bintang Surabaya, Surabaya.
- Nabatchi, T., & Leighninger, M. (2015), *Public Participation For 21st Century Democracy*, Penerbit John Wiley & Sons, Inc, New Jersey.
- Noer, K, U. (2022), *Partisipasi Publik: Model, Pendekatan, dan Praksis, Edisi 1*, Penerbit Perwatt, Jakarta.
- Pratama, A, B. (2019), *Analisis Statistik dan Implementasinya: Buku Ajar*, Penerbit K-Media, Yogyakarta.
- Simarmata, J. (2019), *Hoaks dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*, Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Sudarwanto, S, A. (2022), Revitalisasi Partisipasi Publik Pada Seleksi Jabatan Pimpinan Tinggi (JPT) Dalam Sistem Kepegawaian Aparatur Sipil Negara (ASN) Di Indonesia, *Jurnal RechtsVinding*, 11(2).
- Sugiyono, (2022), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Edisi 2 Cetakan Ke-29*, Penerbit Alfabeta, Bandung.