

PERSPEKTIF ANGGOTA KIM KALURAHAN NGALANG PADA AKUN INSTAGRAM @DESA_NGALANG DALAM MEMBERIKAN LAYANAN INFORMASI

Agustine Gitania Kencana¹, Esa Yuna
Salsabila², Laily Dina Rochmana³, Devita Linda
Dewi Serliana⁴, Bima Eka Putra Setiyawan⁵,
Joko Tri Nugraha⁶

^{1,2}Universitas Tidar; Jl. Kapten Suparman No. 39, Potrobangsari,
Magelang Utara, Kota Magelang, Jawa Tengah, telp/fax;
(0293)364113 / (0293)36411, ³Jurusan Ilmu Administrasi Negara,
FISIPOL UNTIDAR, Magelang
e-mail: 1agustine.gitania@students.untidar.ac.id ²
esa.yuna.salsabila@students.untidar.ac.id, ³laily.dina.rochmana@students.untidar.ac.id ⁴
devitaserliana@students.untidar.ac.id, ⁵bima.eka.putra.setiyawan@students.untidar.ac.id

ABSTRACT

Jurnal penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa berpengaruhnya instagram pemerintah desa dalam memberikan layanan informasi. Dalam hal ini perspektif dari masyarakat dijadikan bahan acuan dalam mengetahui efektifitas kinerja instagram dakan layanan informasi. Selain itu juga bisa dijadikan bahan evaluasi pemerintah desa untuk pemaksimalan eksistensi instagram dalam platform penyebaran informasi. Instagram adalah platform media sosial yang banyak digunakan dengan miliaran pengguna di seluruh dunia. Karena popularitasnya, Instagram sekarang dapat digunakan oleh organisasi sebagai platform untuk layanan publik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kemampuan platform media sosial Instagram untuk menguntungkan masyarakat. Menggunakan metodologi studi kasus, penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui survey link google form kepada masyarakat. Menurut temuan penelitian, Instagram mungkin dapat meningkatkan efektivitas layanan publik, antara lain: Meningkatkan aksesibilitas informas. Instagram memungkinkan publik untuk menerima informasi dengan cepat dan mudah. Meningkatkan keterlibatan dan interaksi publik. Instagram menawarkan saluran dua arah untuk komunikasi antara publik dan organisasi. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram dapat meningkatkan efisiensi layanan pemerintah. Namun, inisiatif diperlukan untuk mengatasi hambatan saat ini, seperti meningkatkan akses digital dan memotivasi bisnis untuk memanfaatkan Instagram.

Keywords: Instagram, Pelayanan Publik, Efektivitas, Interaksi, Akuntabilitas.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Era Revolusi Industri 4.0 secara mendasar telah mengubah cara hidup kita. Di era ini zaman, teknologi, teknologi telah berhasil menyebarkan informasi dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya, teknologi telah mengubah bagaimana kita

bekerja, berinteraksi, dan bahkan berkomunikasi. Era digitalisasi saat ini telah membawa perubahan signifikan di banyak bidang kehidupan sehari-hari, menciptakan peluang-peluang baru untuk inovasi dan pertumbuhan. Pada era Revolusi Industri 4.0, kemampuan menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi dan memanfaatkan inovasi menjadi hal yang krusial dalam

memanfaatkan berbagai peluang yang dihadirkan di era baru ini. Seperti yang dikatakan McLuhan (1962:326), “Teknologi telah mengubah cara kita berkomunikasi,” yang menyiratkan bahwa teknologi adalah kekuatan pendorong dibalik perubahan komunikasi manusia.

Dekade-dekade terakhir telah melihat ekspansi cepat teknologi informasi dan komunikasi (ICT), yang secara signifikan telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk komunikasi dan akses informasi. Untuk mencapai tujuan bersama dan menumbuhkan saling pengertian antara komunikator dan komunikasi, Ruben dan Steward (1998:16) mendefinisikan komunikasi sebagai proses di mana individu atau kelompok mengembangkan atau berbagi informasi. Masyarakat pandai berbicara, mencari, mendapatkan, dan berbagi informasi, dan internet memudahkan penggunaannya untuk mengaksesnya kapan saja, di mana saja, melalui ponsel pintar atau perangkat lain sehingga memudahkan pekerjaan.

Salah satu hasil pengembangan perangkat lunak adalah media sosial, yang merupakan platform untuk interaksi dan komunikasi pengguna langsung serta pencarian informasi. Ini adalah jaringan komputer yang didukung oleh internet. Alat dan platform yang umum digunakan baik oleh individu maupun kelompok dalam proses pertukaran informasi adalah media sosial. (Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D., 2021).

Agustine,dkk- Perspektif Masyarakat Kalurahan Ngalang.....

Media sosial lebih cepat dibandingkan media tradisional dalam menyampaikan pesan dan lebih berhasil menyebarkan informasi tentang suatu produk sehingga dikenal masyarakat luas. Platform media sosial yang digunakan oleh organisasi pemerintah menawarkan layanan informasi yang dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat sebagai sarana untuk mendorong keterbukaan informasi. Hak masyarakat atas berbagai informasi publik dijunjung tinggi oleh keterbukaan informasi. UU Keterbukaan Informasi Publik Nomor 14 Tahun 2008 pun menyatakan demikian. Humas pemerintah diberi peran oleh undang-undang ini untuk menjamin terwujudnya hak masyarakat atas informasi publik. Media sosial dapat membantu pemerintah meningkatkan jumlah informasi yang dibagikan dan didistribusikan secara online. Hal ini juga sejalan dengan inovasi pemerintah yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana keterbukaan informasi di masyarakat guna memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi (Anita, & Harsyeno, 2023).

Media sosial berisi fitur-fitur yang sangat relevan dengan ranah digital dalam penyebaran informasi. Mengenai atribut-atribut tertentu, seperti: pesannya mempunyai cakupan yang luas dan ditujukan untuk khalayak yang banyak; Pesan disampaikan secara terbuka, dan dibandingkan dengan media lain, pesannya cenderung lebih cepat menyebar. Fitur:

Merupakan aset bagi organisasi untuk mendistribusikan informasi dengan cara selain melalui media tradisional, termasuk pamflet, brosur, atau interaksi langsung (Novianti; dkk, 2020).

Salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan dan dipuja saat ini adalah Instagram. Instagram berada di posisi kedua dan merupakan jaringan media sosial paling populer di Indonesia, dengan 86,5% pengguna menggunakan aplikasi ini setiap hari. (Anggraeni, I., & Hartanto, E., 2023)

Instagram adalah salah satu platform ICT yang paling banyak digunakan saat ini. Instagram adalah situs media sosial di mana pengguna dapat memposting video dan gambar. Lebih dari satu miliar orang secara teratur menggunakannya di seluruh dunia, termasuk orang-orang di Indonesia. Instagram adalah situs jejaring sosial paling populer kedua di Indonesia, setelah Facebook. Karena popularitasnya, Instagram sekarang dapat digunakan sebagai platform untuk layanan informasi oleh berbagai pihak. Pemerintah, lembaga, dan warga swasta yang ingin menginformasikan audiens yang lebih besar termasuk dalam kategori ini. (Wulandari & Salma, 2022).

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Datareportal.com (2024), terdapat 167,0 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia per Januari 2024. Bahkan, persentase pengguna aktifnya adalah 60,4% dari 276,4 juta penduduk Indonesia. Data yang dipaparkan Datareportal.com (2024) juga Agustine,dkk- Perspektif Masyarakat Kalurahan Ngalang.....

menunjukkan bahwa 46,8% pengguna aktif media sosial di Indonesia adalah perempuan, dan 53,2% adalah laki-laki. Rata-rata waktu harian yang dihabiskan pengguna aktif di media sosial adalah tiga jam sebelas menit.

Menurut statistik dari Datareportal.com (2024), Instagram kini memiliki jumlah pengguna aktif tertinggi kedua, berusia 16 hingga 64 tahun, di antara platform media sosial. Ini dibandingkan dengan WhatsApp. Proporsi pengguna aktif WhatsApp mencapai 90,9%, sedangkan proporsi pengguna aktif Instagram telah mencapai 85,3% dari keseluruhan populasi pengguna internet Indonesia atau 212,9 juta individu. Sebaliknya, Facebook berada di peringkat ketiga dengan 81,6% pengguna aktif, namun TikTok berada di peringkat keempat dengan 73,5% pengguna aktif.

Media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk menghabiskan waktu, tetap berhubungan dengan orang-orang terkasih, dan mencari ide untuk proyek atau pembelian baru. Sebagian besar orang menggunakan media sosial dengan cepat.

Seiring berkembangnya internet, Instansi Pemerintah menggunakan media sosial sebagai platform untuk menyebarkan informasi tentang kebijakan dan layanan serta sebagai standar untuk meningkatkan standar pemberian layanan yang lebih terbuka. Selain itu, mereka juga membantu fasilitas yang memudahkan komunikasi

antara pemerintah dan masyarakat mengenai pelayanan publik.

Untuk itu, Pemdes Kelurahan Ngalang memanfaatkan trend yang ada dengan membuat Akun Instagram guna meningkatkan mutu pelayanan publik yang ada di Kelurahan Ngalang. Akun Instagram @desa_ngalang merupakan akun Pemdes Kelurahan Ngalang yang berdiri sejak September 2018. Akun @desa_ngalang memiliki followers dengan jumlah 381 followers per-tanggal 04 April 2024.



Gambar 1. Profile Instagram @desa_ngalang

Akun @desa_ngalang akan update mengenai berbagai kegiatan yang ada di Kelurahan Ngalang seperti acara keagamaan, sosialisasi, peresmian, rapat koordinasi dan Masih banyak lagi. Selain itu, akun Instagram @desa_ngalang juga seringkali mengunggah mengenai informasi-informasi seputar pelayanan publik yang ada di Kelurahan Ngalang guna memberikan informasi kepada masyarakat agar lebih efektif dan efisien. Platform ini ramah pengguna dan tersedia untuk komunitas dengan tingkat literasi yang berbeda. Untuk menjamin efektivitas layanan, sangat penting untuk memahami sudut pandang komunitas Kalurahan Ngalang mengenai penggunaan Instagram sebagai Augustine,dkk- Perspektif Masyarakat Kalurahan Ngalang.....

platform untuk layanan informasi.

Dalam jurnal penelitian ini ditunjukan untuk melihat seberapa berpengaruhnya instagram pemerintah desa dalam memberikan layanan informasi. Selain itu hal ini juga diharapkan menjadi input yang konstruktif dalam memberikan layanan informasi sesuai dengan perkembangan zaman yang rata-rata masyarakat sudah menggubakan aplikasi instagram sebagai layanan informasi. Konsentrasi jurnal ini untuk melihat cara pandang masyarakat sesuai dengan yang mereka terima dan rasakan, mulai dari mengetahui adanya akun instagram pemerintah sampai pandangan apakah instagram mampu memberikan informasi yang jelas. Penelitian ini menggunakan metodologi studi kasus dengan pendekatan kuantitatif dan mengumpulkan data melalui survei Google Form kepada masyarakat.

1.2 Kajian Literatur Terdahulu

Studi pertama, berjudul “Pemanfaatan Media sosial Instagram @RIDWAN KAMIL Upaya meningkatkan pelayanan publik,” dilakukan oleh Tuty Mutiah.dkk. Pada tahun 2022, dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini disajikan karena upaya untuk memperkuat penegakan kebijakan publik melalui penggunaan platform media sosial, @ridwankamil menggunakan enam kriteria

teori pelayanan prima seperti penampilan, perhatian, tanggung jawab, dan Instagram telah kemampuan, sikap dan tindakan. Instagram hadirnya memudahkan pemerintah dalam memfasilitasi akses publik ke informasi dengan cara yang efisien dan sederhana. Hal Ini dapat menciptakan perasaan masyarakat yang positif terhadap seorang pemimpin dengan beberapa kenyataan.

Menurut studi kedua, Andrian Dwi (2020) menemukan bahwa penggunaan platform media sosial seperti Instagram dalam pengembangan produk digital yang dilakukan PT Jejak Imani Berkah Bersama dapat dianggap ideal. Ada tiga strategi yang digunakan dalam kampanye pemasaran media sosial PT.Jejak Berkah Bersama: perencanaan strategi, aktivasi strategi, dan optimasi strategi. Setelah itu, ada beberapa masalah yang ditekankan oleh Jejak Imani Berkah Bersama mengenai penggunaan media sosial di Instagram, termasuk batas video 60 detik dan batas 10 foto yang dapat diblokir untuk satu posting Instagram.

Studi ketiga, “Media Baru Dalam Pelayanan Publik (Media sosial dalam pelayanan publik oleh OMBUDSMAN RI Bengkulu)” dilakukan oleh Fitria Yuliani.dkk. 2020 penelitian, menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data melalui analisis dan deskripsi pengguna Instagram dalam presentasi publik oleh Ombudsman Ri Bengkulu. Menurut temuan penelitian, media

sosial digunakan oleh Ombudsman Ri Bengkulu sebagai alat untuk sosialisasi dan persepsi keluhan di seluruh proses kebijakan publik.

Dalam pandemi COVID-19, penelitian pada topik “Strategic Pengelolaan Media Social Instagram Humas Pemkot Bandung” oleh Penelitian Keempat, Anisa Putri Pratiwi, dan Muhammad Sufyan Abdurrahman (2020) mengungkapkan bahwa strategi ini menggunakan kombinasi teknik optimisasi, perencanaan, dan optimalisasi yang efektif untuk memastikan bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diakses oleh masyarakat umum.

Penelitian kelima di bawah judul “Kualitas Pelayanan Publik Melalui Media Sosial (Studi Pada Akun Twitter @DKIJakarta),” penelitian ini dilakukan oleh Muh Ryan Rahmatul Hidayat. analisis untuk tahun 2022, menggunakan metode penelitian desk kualitatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa DKI Jakarta sedang melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan layanan publik melalui akun Twitter @DKIJakarta, termasuk membuatnya lebih mudah bagi orang untuk mengakses akun, meningkatkan kontennya, dan meningkatkan berbagi informasi. Meningkatkan kualitas pelayanan publik dapat meningkatkan persepsi masyarakat tentang kinerja pemerintah di Provinsi DKI Jakarta serta menekankan adanya

transparansi dalam pemerintahan.

1.3 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Sebagian besar penelitian telah mengkaji tentang penggunaan Instagram dalam memberikan layanan informasi. Tetapi masing-masing wilayah pasti memiliki topik yang unik. Baik alasan mengapa aplikasi Instagram yang digunakan, siapa yang terlibat, langkah-langkah yang diambil selama penelitian, komitmen, kesulitan yang dihadapi, dan wewenang masing-masing pihak yang terlibat.

Sedangkan dalam penelitian ini memfokuskan pada penggunaan Instagram dalam memberikan layanan informasi. Penelitian ini menemukan temuan empiris tentang bagaimana komunitas Kalurahan Ngalang menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi, termasuk jenis informasi yang dicari, cara mereka menilai informasi tersebut, dan bagaimana hal itu berdampak pada kehidupan mereka. Studi ini memberikan dasar teoretis untuk bidang studi komunikasi dan informasi, khususnya terkait dengan penggunaan media sosial di komunitas pedesaan dan peran media sosial dalam menyediakan layanan informasi.

Penelitian ini dapat membantu pembuat kebijakan, pengelola informasi, dan pemangku kepentingan lainnya mengembangkan metode yang lebih efisien untuk menyediakan layanan informasi yang memenuhi kebutuhan masyarakat pedesaan.

2. METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Strategi penelitian ilmiah yang sistematis untuk menganalisis komponen dan fenomena serta hubungan sebab akibat disebut pendekatan penelitian kuantitatif. Metode ini berfokus pada data numerik yang dianalisis secara statistik untuk menghasilkan hasil yang obyektif dan dapat diterapkan secara luas. Penelitian survei, atau pengumpulan informasi dari sampel populasi untuk memastikan keyakinan, sikap, atau perilaku mereka, adalah metode penelitian kuantitatif yang kami terapkan. Pemerintah Kalurahan Ngalang sudah memanfaatkan saluran media sosial, oleh karena itu penelitian ini dilakukan di lokasi tersebut. Dengan demikian, kami tertarik untuk melihat seberapa sukses media sosial khususnya Instagram dalam menyebarkan informasi resmi pemerintah. Oleh karena itu, sebagai informan penelitian ini, warga Kalurahan Ngalang tepatnya 14 padukuhan. Sumber data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang disebutkan di atas. Sumber data primer dalam penelitian adalah kumpulan data yang peneliti peroleh langsung dari sumbernya tanpa memerlukan perantara. Karena kami menghasilkan data survei yang kami gunakan untuk

pengumpulan data dan karena peneliti juga mengumpulkan data ini secara langsung, kami dapat merujuknya sebagai sumber data primer. Survei yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik pengumpulan data dari partisipan. Ini mengumpulkan informasi tentang preferensi, pendapat, umpan balik, dan pilihan responden mengenai barang dan jasa. Biasanya, situs web, aplikasi, media sosial, pemasaran email, dan platform lainnya digunakan untuk mendistribusikan survei. Kami memperoleh sumber data untuk penelitian ini dengan menggunakan link ke formulir Google. Selain itu, kami menggunakan link Google Form ini karena menghemat waktu dan lebih cepat.

Dalam penelitian ini kami menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sasaran dalam penelitian ini. Rumusnya sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad N = 28 \quad \text{error} = 10\%$$

$$n = \frac{28}{1 + 28(0,10)^2}$$

$$n = \frac{28}{1 + 28(0,01)}$$

$$n = \frac{28}{1 + 0,29}$$

$$n = \frac{28}{1,29}$$

$$= 21,875$$

Dari rumus berikut menghasilkan sampel sebanyak 21 orang sebagai sampel penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian kuantitatif adalah metode

yang digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian yang disebut penelitian kuantitatif digunakan untuk melihat populasi atau sampel tertentu untuk mengevaluasi suatu teori.

Menurut Yulianah (2022), subjek penelitian adalah orang, benda, atau makhluk hidup yang dijadikan sumber informasi untuk keperluan pengumpulan data penelitian. Warga Desa Ngalang atau pengguna Instagram yang mengikuti akun @desa_ngalang menjadi subjek penelitian ini.

Objek penting yang dijadikan tujuan dalam penelitian untuk mencari jawaban atau solusi terhadap permasalahan yang sudah ada disebut objek penelitian. Nadirah dkk. (2022) mendefinisikan penelitian objek sebagai ilmu yang mempelajari keadaan suatu objek atau subjek yang menjadi fokus dan tujuan perhatian. Sifat keadaan suatu benda atau pokok bahasan yang menjadi fokus dan tujuan penelitian disebut penelitian, dan hal itulah yang perlu diperhatikan dalam kegiatan penelitian. Guna memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, akun Instagram pemerintah Kalurahan Ngalang menjadi fokus penelitian ini.

pengguna instagram aktif					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	16	76.2	76.2	76.2
	Kadang-kadang	5	23.8	23.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Tabel menunjukkan tingkat penggunaan Instagram oleh para responden.

Dari 21 responden yang sah, 16 responden (76,2%) menyatakan aktif menggunakan Instagram, 5 responden (23,8%) menyatakan kadang-kadang menggunakan Instagram.

Kesimpulan Secara keseluruhan, mayoritas responden (76,2%) menyatakan aktif menggunakan Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform yang populer dan banyak digunakan oleh orang-orang.

Frequency Table

warga mengetahui akun ig pedes					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	15	71.4	71.4	71.4
	Tidak	6	28.6	28.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Tabel statistik tersebut menunjukkan frekuensi dan persentase warga yang mengetahui akun Instagram resmi desa mereka. Tabel tersebut memiliki 3 baris, yaitu:

- Valid:Baris ini menunjukkan data yang valid, yaitu data yang tidak kosong atau tidak memiliki kesalahan. Ada 15 warga yang mengetahui akun Instagram resmi desa mereka, yang setara dengan 71,4% dari total responden.
- Tidak:Baris ini menunjukkan data yang tidak valid, yaitu data yang kosong atau memiliki kesalahan. Ada 6 warga yang tidak mengetahui akun Instagram resmi desa mereka, yang setara dengan 28,6% dari total responden.

- Total:Baris ini menunjukkan total responden yang disurvei. Ada 21 responden yang disurvei. Kesimpulan Berdasarkan tabel statistik tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar warga (71,4%) mengetahui akun Instagram resmi desa mereka. Hal ini menunjukkan bahwa akun Instagram resmi desa merupakan salah satu media komunikasi yang efektif untuk menjangkau warga. Desa perlu memanfaatkan akun Instagram resmi ini untuk menyebarkan informasi penting kepada warga, seperti pengumuman, berita desa, dan informasi layanan publik.

pemberian informasi yang jelas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	3	14.3	14.3	14.3
	Puas	8	38.1	38.1	52.4
	Cukup Puas	10	47.6	47.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Tabel menunjukkan tingkat kepuasan pengguna Instagram terhadap informasi yang mereka dapatkan di platform tersebut. Dari 21 responden yang sah, 7 responden (33,3%) menyatakan sangat puas, 6 responden (28,6%) menyatakan puas, 7 responden (33,3%) menyatakan cukup puas, dan 1 responden (4,8%) menyatakan tidak puas. Secara keseluruhan, mayoritas responden (95,2%) menyatakan puas dengan informasi yang mereka dapatkan di Instagram. 33,3% responden sangat puas, 28,6% responden puas, dan 33,3% responden cukup puas. Hal ini menunjukkan

bahwa Instagram menjadi platform yang bermanfaat bagi pengguna untuk mendapatkan informasi.

layanan informasi yang diberikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Puas	11	52.4	52.4	52.4
	Cukup Puas	7	33.3	33.3	85.7
	Tidak Puas	3	14.3	14.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel statistik yang Anda berikan, dapat disimpulkan bahwa:

- Mayoritas responden (52,4%) puas dengan layanan informasi yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan informasi tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan responden.
- Sebanyak 33,3% responden cukup puas dengan layanan informasi yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan informasi tersebut masih memiliki ruang untuk ditingkatkan.
- Hanya 14,3% responden yang tidak puas dengan layanan informasi yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan informasi tersebut masih memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki.
- Kesimpulan dari tabel tersebut adalah Secara keseluruhan, layanan informasi yang diberikan telah diterima dengan baik oleh responden. Namun, masih ada ruang untuk meningkatkan layanan tersebut agar lebih memuaskan semua responden.

mereka dapatkan di platform tersebut. Dari 21 responden yang sah, 7 responden (33,3%) menyatakan sangat puas, 6 responden (28,6%) menyatakan puas, 7 responden (33,3%) menyatakan cukup puas, dan 1 responden (4,8%) menyatakan tidak puas. Kesimpulan Secara keseluruhan, mayoritas responden (95,2%) menyatakan puas dengan informasi yang mereka dapatkan di Instagram. 33,3% responden sangat puas, 28,6% responden puas, dan 33,3% responden cukup puas. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform yang bermanfaat bagi pengguna untuk mendapatkan informasi.

instagram membantu dalam informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	7	33.3	33.3	33.3
	Puas	6	28.6	28.6	61.9
	Cukup Puas	7	33.3	33.3	95.2
	Tidak Puas	1	4.8	4.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Tabel menunjukkan tingkat kepuasan pengguna Instagram terhadap informasi yang

SIMPULAN

Menurut kutipan, penelitian ini berfokus pada penggunaan Instagram dalam penyediaan layanan informasi di Kalurahan Ngalang. Hasil penelitian menyatakan bahwa akun Instagram **@desa_ngalang** berpengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat di Desa Ngalang.

Dari kutipan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh akun Instagram **@desa_ngalang** terhadap kebutuhan informasi masyarakat Desa Ngalang. Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan survei. Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana Instagram dapat digunakan sebagai platform publik untuk layanan informasi. Instagram juga dapat meningkatkan layanan publik, tetapi ada masalah seperti akses digital dan motivasi bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggraeni, I., & Hartanto, E. (2023). Pengaruh Konten dan Kualitas Informasi Akun Instagram@idvolunteering terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 229-242.
- [2] Anita, A., & Harsyeno, A. (2023). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Respons Masyarakat Pengguna Layanan Informasi Direktorat Jenderal Pajak. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*, 117-128
- [3] Hidayat, M. R. R., & Wenggi, I. R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial dalam Rangka Peningkatan Pelayanan Publik. *Jurnal Ilmiah Administrasi Pemerintahan Daerah*, 14(2), 233-246.
- [4] Mutiah, T., La Ode, Y. M., Raharjo, A., Fitriyanto, F., & Suratradi, P. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram@Ridwankamil Sebagai Upaya Meningkatkan Pelayanan Publik. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 7(2), 271-282.
- [5] Nadirah, S. P., Pramana, A. D. R., & Zari, N. (2022). metodologi penelitian kualitatif, kuantitatif, mix method (mengelola Penelitian Dengan Mendeley dan Nvivo). CV. Azka Pustaka.
- [6] Novesal, A. D. (2020). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pemasaran Digital Produk Umroh Pada PT. Jejak Imani Berkah Bersama Pamulang Tahun 2019 (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- [7] Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi program pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 48-59.
- [8] Pratiwi, A. P., & Abdurrahman, M. S. (2021). Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemkot Bandung Di Masa Pandemi Covid-19. *eProceedings of Management*, 8(3).
- [9] Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133.
- [10] Wulandari, A., & Salma, A. N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Augustine, dkk- Perspektif Masyarakat Kalurahan Ngalang*.
- [11] Yuliani, F. (2020). Media Baru dalam Pelayanan Publik:(Sosial Media dalam Pelayanan Publik oleh OMBUDSMAN RI Bengkulu). *Commed Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(2), 149-157.
- [12] D.Ruben, Brent And Lea P Steward. (1998). *Comunication And Human Behavior*. Usa: Allyn And Bacon
- [13] McLuhan, Marshall. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographical Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- [14] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Kencana, 2011),79 huh
- [15] Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Purwekerto: Rajawali Pers, 2012),63
- [16] Yulianah, S. E. (2022). *Metodologi Penelitian Sosial*. CV Rey Media Grafika.
- [17] Simon Kemp. (2024, 21 februari). Digital 2024:Indonesia.<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia> . diakses pada 5 April 2024