

## Kepuasan Masyarakat Kabupaten Badung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Melalui Akun Instagram @Pembkabbadung

I Putu Setiawan Harta Nugraha<sup>1)</sup>, Ni Made Ras Amanda Gelgel<sup>2)</sup>, Ade Devia Pradipta<sup>3)</sup>

1,2,3)Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: [awanghrt@gmail.com](mailto:awanghrt@gmail.com) <sup>1)</sup>, [rasamanda13@unud.ac.id](mailto:rasamanda13@unud.ac.id) <sup>2)</sup>, [deviapradipta38@unud.ac.id](mailto:deviapradipta38@unud.ac.id) <sup>3)</sup>

### ABSTRACT

*Current information has become easily accessible through the internet, particularly via popular social media platforms like Instagram. The Badung Regency government actively employs their official account, @pembkabbadung, on Instagram to disseminate information to the public, successfully attracting thousands of followers. This research aims to evaluate the level of satisfaction among residents of Badung Regency regarding the information conveyed through this account. The research method employed is quantitative with a descriptive approach, where data is collected through online questionnaires distributed to respondents. Analysis is conducted by comparing expected gratifications (EG) with obtained gratifications (OG), and by utilizing expectancy-value satisfaction indicators and uses and gratification theory. The research findings indicate that the average expected gratification is 3.11, while the obtained gratification reaches 3.04, indicating a satisfaction gap ( $EG > OG$ ). The highest average satisfaction is found in Abiansemal District, while the lowest is in Petang District. Although satisfaction is observed in indicators such as information motive and entertainment motive, overall satisfaction levels are still deemed low. These findings provide valuable insights into the community's perception regarding the fulfillment of information needs via Instagram, while highlighting the importance of enhancing the quality and relevance of information disseminated by local governments through this platform.*

**Keywords:** *Uses and Gratification, Satisfaction of Badung Regency Residents, Information Needs, Instagram.*

### PENDAHULUAN

Akses informasi saat ini telah menjadi lebih mudah di era media baru, dimana informasi dapat diakses melalui berbagai cara baik secara digital maupun konvensional. Melalui beragam media seperti koran, radio, dan media sosial, informasi dapat dengan mudah tersampaikan kepada masyarakat (Notoatmodjo, 2008). Kemudahan akses informasi ini memengaruhi pengetahuan individu, yang pada gilirannya dapat memengaruhi perilaku mereka sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki.

Di Indonesia, masyarakat cenderung lebih mengakses informasi melalui media digital, terutama melalui internet. Survei Literasi Digital Indonesia tahun 2021 menunjukkan aktivitas

yang sering dilakukan menggunakan internet, seperti berkomunikasi melalui pesan singkat, menggunakan media sosial, browsing internet, hingga berbelanja online (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2021). Media sosial, seperti yang dikatakan oleh Parker (2003) & Solis (2008), menjadi sarana utama bagi masyarakat untuk berinteraksi, berbagi, dan bertukar informasi serta gagasan.

Dalam konteks pemerintahan, konsep E- Government muncul sebagai upaya pemerintah untuk meningkatkan kualitas layanan dan partisipasi masyarakat melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk internet dan media sosial (Mergel, 2013). Pemerintah Kabupaten Badung, salah satu contoh instansi pemerintahan yang aktif menggunakan media sosial, memanfaatkan akun Instagram @pembkabbadung untuk memberikan informasi kepada masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan masyarakat Kabupaten Badung terhadap informasi yang disampaikan melalui akun Instagram @pembkabbadung. Sebelumnya, penelitian terkait telah dilakukan untuk memahami pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Penelitian Anisa Winanda Lidara (2022) menunjukkan tingkat efektivitas yang tinggi dalam penggunaan akun Instagram sebagai media informasi online. Sementara itu, penelitian Dian Mustika Ramadhani H.D dan Yuliani Rachma Putri (2020) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

Dengan berkembangnya media baru, termasuk media sosial, konsep kebutuhan informasi dan kepuasan pengguna menjadi semakin relevan. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi karakteristik media baru dan peran mereka dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana media sosial, khususnya akun Instagram @pembkabbadung, dapat memengaruhi kepuasan informasi masyarakat Kabupaten Badung.

## **DASAR TEORI**

Penelitian terkait "Kepuasan Masyarakat Kabupaten Badung Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Melalui Akun @pembkabbadung" memerlukan pemahaman mendalam terhadap hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik ini. Dalam upaya tersebut,

penulis akan merujuk pada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penggunaan media sosial sebagai sumber informasi bagi masyarakat.

Penelitian pertama yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Anisa Winanda Lidara (2022) dengan judul "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Infopku\_ Sebagai Media Informasi Online Kota Pekanbaru". Penelitian ini menyoroti efektivitas penggunaan akun Instagram @infopku\_ dalam menyediakan informasi online bagi masyarakat Kota Pekanbaru. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan sample yang diambil secara acak dari pengikut akun tersebut, penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram @infopku\_ tergolong sangat efektif dalam menyampaikan informasi online.

Penelitian kedua yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Dian Mustika Ramadhani H.D dan Yuliani Rachma Putri, yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers". Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh penggunaan akun Instagram @visitbogor terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi linier sederhana, penelitian ini menemukan bahwa penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

Penelitian ketiga yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Fransisca Asteria Nandra Febiola dan Saifuddin Zuhri dengan judul "Efektivitas Akun Instagram @Suarasurabayamedia Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Followers Dari Kota Surabaya". Penelitian ini fokus pada efektivitas akun Instagram @suarasurabayamedia dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi pengikutnya di Kota Surabaya. Dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif, penelitian ini menemukan bahwa akun Instagram tersebut efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi followers, seperti yang ditunjukkan oleh skor rata-rata pada beberapa dimensi yang diukur.

Penelitian keempat yang relevan adalah penelitian yang dilakukan oleh Clara Riany Puspitasari pada tahun 2018 dengan judul "Kepuasan followers terhadap akun instagram @ridwankamil". Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan followers terhadap akun Instagram @ridwankamil. Dengan menggunakan paradigma post- positivisme dan analisis

deskriptif, penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi kepuasan pada followers terhadap akun tersebut, khususnya dalam aspek pencarian informasi.

Kesamaan antara penelitian-penelitian ini adalah fokus pada penggunaan media sosial sebagai sumber informasi dan evaluasi terhadap kepuasan atau efektivitas penggunaan akun-akun tersebut. Namun, perbedaan terletak pada konteks dan tujuan dari setiap penelitian tersebut, yang mencerminkan keragaman dalam pemahaman dan aplikasi media sosial sebagai alat komunikasi dan informasi dalam konteks yang berbeda.

### ***Uses and Gratification***

Teori *Uses and Gratification*, yang dikembangkan oleh Dennis McQuail, menyoroti pengaruh media terhadap individu yang aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka. Berbeda dengan teori-teori lain yang menekankan pengaruh media pada individu, teori ini menempatkan khalayak sebagai pusat perhatian dan menjelaskan mengapa individu secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan spesifik mereka. Konsep-konsep kunci dalam teori ini meliputi pandangan bahwa khalayak adalah konsumen aktif yang membuat keputusan sadar tentang konten media yang mereka konsumsi, menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan psikologis dan sosial, memilih konten media yang sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai mereka, serta mengandalkan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

### ***Expectancy Value Model***

Teori Expectancy Value Model, yang dikemukakan oleh Philip Palmgreen, menekankan bahwa perhatian masyarakat terhadap isi media dipengaruhi oleh sikap mereka. Teori ini mengidentifikasi dua faktor utama kepuasan yang diperoleh dari penggunaan media, yaitu faktor kepercayaan dan faktor evaluasi. Kepercayaan terbentuk melalui efektivitas informasi yang disajikan oleh media, sementara evaluasi dilakukan oleh individu terhadap media yang memenuhi kebutuhan mereka. Model ini menunjukkan bahwa sikap individu terhadap media sangat dipengaruhi oleh keyakinan dan penilaian mereka terhadap kemampuan media tersebut untuk memenuhi kebutuhan informasi dan kepuasan mereka.

## ***New Media***

Teori New Media, yang dikembangkan oleh Pierre Levy, menggambarkan perkembangan media dalam era teknologi modern. Pandangan interaksi sosial dalam teori ini membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka, sementara pandangan integrasi sosial menggambarkan media sebagai sebuah kebiasaan dan instrumen untuk menciptakan masyarakat. New Media merupakan media online yang berbasis teknologi, fleksibel, interaktif, dan memanfaatkan internet sebagai sarana komunikasi. Karakteristik utama New Media meliputi sifat digital, interaktif, hypertextual, virtual, jaringan, dan simulasi. Salah satu contoh New Media yang populer adalah media sosial, seperti Instagram, yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membuat konten secara cepat dan komprehensif.

## **Kebutuhan Informasi**

Kebutuhan informasi adalah kondisi di mana informasi tertentu memiliki kontribusi yang besar bagi individu. Jenis-jenis kebutuhan informasi mencakup pendekatan kebutuhan pengguna yang terbaru, kebutuhan spesifik dan cepat, kebutuhan akan informasi yang mendalam, dan kebutuhan untuk mendapatkan informasi tentang perkembangan terkini. Pemenuhan kebutuhan informasi diukur dengan menerima informasi yang tepat waktu, cepat, teratur, detail, lengkap, spesifik, ringkas, dan relevan. Salah satu media yang memenuhi kebutuhan informasi ini adalah Instagram, sebuah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi melalui gambar digital dan video.

## **Instagram**

Dengan keberhasilannya dalam menjangkau jutaan pengguna dalam waktu singkat sejak peluncurannya pada Oktober 2010, Instagram telah membuktikan dirinya sebagai salah satu platform media sosial yang paling berpengaruh dan populer di dunia. Dengan fokus utamanya pada berbagi foto dan video, Instagram memberikan pengguna kesempatan untuk berinteraksi secara langsung melalui gambar digital, teks, dan video. Dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, platform ini terus berkembang dan menambah fitur-fitur yang memperkaya pengalaman pengguna, seperti fitur siaran langsung, efek foto, cerita Instagram, dan banyak lagi. Keunikan Instagram dalam memuat foto-foto penggunanya, bersama dengan beragam fitur yang tersedia, membuatnya

tetap menjadi salah satu platform media sosial terdepan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna dalam berbagi informasi dan interaksi online.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif untuk menganalisis data numerik secara sistematis. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan dan merangkum kondisi, situasi, atau variabel yang muncul dalam masyarakat Kabupaten Badung, khususnya terkait dengan pemenuhan kebutuhan informasi melalui akun Instagram @pembkabbadung. Dengan metodologi yang terstruktur dan terencana, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman terhadap kepuasan masyarakat terhadap penggunaan media sosial tersebut.

### **Studi Literatur**

Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian ini, khususnya terkait dengan kepuasan pengguna, media sosial, dan kebutuhan informasi. Tinjauan terhadap penelitian sebelumnya yang relevan menjadi landasan teori yang penting dalam pelaksanaan penelitian ini.

### **Sumber Data**

Data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner di lapangan kepada masyarakat Kabupaten Badung yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari literatur atau buku-buku yang relevan dengan topik penelitian, serta dokumen-dokumen seperti artikel media cetak dan online yang berkaitan dengan objek penelitian.

### **Unit Analisis**

Unit analisis dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Badung secara umum, dengan fokus pada pengguna media sosial Instagram. Sedangkan, unit pengamatan adalah masyarakat Kabupaten Badung yang aktif menggunakan media sosial Instagram dan pernah melihat unggahan akun @pembkabbadung.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Badung yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Sampel penelitian diambil sebanyak 100-200 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden yang berdomisili di Kabupaten Badung, berusia 15-50 tahun, aktif menggunakan media sosial Instagram, dan pernah melihat unggahan akun @pembkabbadung.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Formulir kepada responden. Penggunaan skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi responden.

### **Teknik Analisis Data**

Uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment untuk mengukur tingkat kecocokan antara instrumen yang digunakan dengan jawaban responden. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan menggunakan teknik Alpha Cronbach untuk mengukur konsistensi internal dari kuesioner yang digunakan.

### **Teknik Penyajian Data**

Data hasil penelitian disajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan pembaca dalam memahami informasi yang disampaikan. Dengan demikian, proses analisis data dapat disampaikan secara jelas dan terstruktur.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum**

Kabupaten Badung, sebagai salah satu dari sembilan kabupaten/kota di Provinsi Bali, memegang peran penting sebagai pintu gerbang wisata utama Bali dan Indonesia bagian tengah. Dengan luas wilayah 418,52 km<sup>2</sup>, kabupaten ini memiliki keunikan geografis yang membagi Bali di tengah dan berbatasan dengan beberapa kabupaten lainnya. Mangupura ditetapkan sebagai ibu

kota Kabupaten Badung pada tahun 2009. Dikenal dengan keindahan alamnya, pariwisata di kabupaten ini berkembang pesat. Saat ini, Kabupaten Badung dipimpin oleh Bupati I Nyoman Giri Prasta, dengan 21 Dinas dan 7 Badan Daerah di bawah pemerintahannya.

Akun Instagram @pembkabbadung merupakan inisiatif dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Badung untuk menyebarkan informasi terkini kepada masyarakat melalui media sosial. Dikelola sejak Juli 2017, akun ini telah menarik perhatian banyak pengikut dengan konten-konten terkait kegiatan pemerintahan, budaya, pariwisata, dan lainnya. Dengan lebih dari 30 ribu pengikut per Februari 2024, akun ini terus berkembang seiring waktu.

Responden dalam penelitian ini dipilih sesuai dengan kriteria tertentu, termasuk usia, tempat tinggal, jenis kelamin, dan pendidikan terakhir. Mayoritas responden adalah perempuan (56,4%), dengan rentang usia dominan 15-25 tahun (65,4%). Mayoritas responden juga berasal dari Kecamatan Abiansemal (35,3%), dengan mayoritas memiliki pendidikan SMA (44,8%). Sebagian besar responden mengetahui (89,8%) dan mengikuti (68,2%) akun Instagram @pembkabbadung.

### Deskripsi Variabel Penelitian

| Indikator               | Pernyataan                                                                                                     | Rata - Rata | Total Rata - Rata |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------|
| Motif Informasi         | Saya memperoleh tentang pengetahuan dari akun @pembkabbadung                                                   | 3,29        | 3,34(Sangat Puas) |
|                         | Saya memperoleh informasi terbaru seputaran pemerintahan dari akun @pembkabbadung                              | 3,38        |                   |
|                         | Saya memperoleh informasi seputaran Kabupaten Badung dari akun @pembkabbadung                                  | 3,36        |                   |
| Motif Identitas Pribadi | Saya mendapatkan contoh perilaku yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari melalui akun @pembkabbadung | 2,62        | 2,81 (Puas)       |
|                         | Saya menjadi pribadi yang percaya diri dengan mengikuti akun @pembkabbadung                                    | 2,62        |                   |

|                                      |                                                                                                            |      |             |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------|
|                                      | Saya merasa menjadi masyarakat Kabupaten Badung dengan mengikuti akun @pembkabbadung                       | 3,2  |             |
| Motif Integrasi dan Interaksi Sosial | Saya menjadi pribadi yang menumbuhkan rasa empati terhadap isu sosial dengan mengikuti akun @pembkabbadung | 3,12 | 3,09 (Puas) |
|                                      | Saya mendapatkan bahan obrolan dengan teman ataupun masyarakat dari akun @pembkabbadung                    | 3,05 |             |
| Motif Hiburan                        | Saya mendapatkan hiburan dengan mengikuti akun @pembkabbadung                                              | 3,04 | 2,94 (Puas) |
|                                      | Saya ingin meluapkan emosi dan menghilangkan rasa kesepian dengan mengikuti akun Instagram @pembkabbadung  | 2,73 |             |
|                                      | Saya mengisi waktu luang dengan melihat unggahan akun @pembkabbadung                                       | 3,05 |             |
| <b>Rata - Rata</b>                   |                                                                                                            |      | <b>3,04</b> |

Studi ini mengevaluasi motif dan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kabupaten Badung melalui akun Instagram @pembkabbadung. Hasilnya, terdapat empat motif utama yang mendorong interaksi dengan akun tersebut yakni Motif Informasi, Motif Identitas Pribadi, Motif Integrasi dan Interaksi Sosial, serta Motif Hiburan. Secara keseluruhan, mayoritas responden merasa puas atau sangat puas dengan pemenuhan kebutuhan informasi dari akun tersebut. Motif Informasi memiliki rata-rata skor tertinggi, menunjukkan bahwa masyarakat menginginkan pengetahuan dan informasi terkini seputar pemerintahan dan Kabupaten Badung. Motif Identitas Pribadi dan Motif Integrasi dan Interaksi Sosial juga cukup signifikan, menunjukkan bahwa masyarakat ingin mengadopsi perilaku positif dan merasa terhubung dengan isu-isu sosial melalui akun tersebut. Sedangkan Motif Hiburan memiliki rata-rata skor yang lebih rendah, namun tetap memberikan kontribusi penting dalam memenuhi kebutuhan hiburan dan mengisi waktu luang. Dari segi pemenuhan motif, akun @pembkabbadung terbukti berhasil memenuhi kebutuhan informasi masyarakat secara efektif, dengan mayoritas responden merasa puas atau sangat puas.

### Hasil Pengujian dengan CUQ

| Dimensi                        | Gratification Sought (GS) | Gratification Obtained (GO) |
|--------------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| Informasi                      | 3,34                      | 3,34                        |
| Identitas Pribadi              | 3,06                      | 2,81                        |
| Integrasi dan Interaksi Sosial | 3,15                      | 3,09                        |
| Hiburan                        | 2,91                      | 2,94                        |
| <b>Rata-rata</b>               | <b>3.11</b>               | <b>3.04</b>                 |

Hasil survei dengan melibatkan 156 responden menunjukkan bahwa kepuasan yang diperoleh (GO) dari penggunaan akun Instagram @pemkabbadung dalam memenuhi kebutuhan informasi masih di bawah tingkat kepuasan yang mereka harapkan (GS). Dalam menganalisis data tersebut, terlihat bahwa terdapat perbedaan antara Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO) dalam beberapa dimensi kepuasan, termasuk informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan. Meskipun rata-rata GO untuk kebutuhan informasi berhasil memenuhi harapan, dimensi identitas pribadi menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan antara GS dan GO, menandakan bahwa akun tersebut belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan identitas pribadi pengguna. Namun, terdapat dimensi seperti hiburan di mana rata-rata GO sedikit lebih tinggi dari GS, menunjukkan keberhasilan akun dalam menyediakan hiburan. Kesimpulannya, walaupun ada dimensi di mana kepuasan melebihi harapan, secara keseluruhan masih ada potensi untuk meningkatkan konten atau pengalaman yang disediakan oleh akun tersebut agar lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengikutnya.

### Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan yang jelas dalam mengevaluasi kepuasan masyarakat Kabupaten Badung terhadap pemenuhan kebutuhan informasi melalui akun Instagram resmi pemerintah Kabupaten Badung, @pemkabbadung. Dalam pemahaman tertentu, kebutuhan informasi memiliki beberapa jenis, termasuk pendekatan terkini, kebutuhan sehari-hari, kebutuhan yang komprehensif, dan kebutuhan untuk mengejar perkembangan. Dari perspektif ini, kebutuhan informasi menjadi beragam tergantung pada sifat dan urgensi informasi yang diinginkan oleh individu.

Penelitian ini menggunakan konsep operasionalisasi untuk mengukur variabel yang akan diteliti, yaitu tingkat kepuasan masyarakat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi melalui akun Instagram tersebut. Sebelum mengevaluasi kepuasan, peneliti mengidentifikasi motif-motif yang mendasari penggunaan akun tersebut, seperti motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan. Dengan mengukur sejauh mana akun tersebut memenuhi motif-motif tersebut berdasarkan tanggapan dari 100 responden, penelitian ini mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang penggunaan media dan kepuasan yang diperoleh masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan berusia 15-25 tahun dengan latar belakang pendidikan SMA/SMK, serta berasal dari daerah Abiansemal. Analisis yang dilakukan menunjukkan adanya ketidakseimbangan data, terutama terlihat dari analisis crosstab kecamatan. Salah satu faktor yang dapat menjadi penyebab utama ketidakseimbangan ini adalah sifat informasi yang disajikan melalui akun Instagram @pembkabbadung, di mana informasi terkait pemerintahan Kabupaten Badung mendominasi konten yang disajikan.

Faktor-faktor demografis responden juga memengaruhi persepsi mereka terhadap kepuasan informasi yang diperoleh dari akun Instagram tersebut. Misalnya, perbedaan usia, pendidikan, dan latar belakang tempat tinggal dapat memengaruhi prioritas informasi yang dianggap penting oleh masing-masing individu. Lebih lanjut, faktor-faktor eksternal seperti tingkat aksesibilitas dan penggunaan teknologi juga dapat berkontribusi terhadap ketidakseimbangan data ini.

Penelitian juga mengevaluasi pemenuhan motif-motif tersebut setelah masyarakat mengakses informasi melalui akun Instagram @pembkabbadung. Meskipun motif informasi berhasil memenuhi harapan dengan skor rata-rata tertinggi, terdapat potensi untuk meningkatkan pemenuhan motif identitas pribadi agar lebih sesuai dengan harapan masyarakat. Evaluasi terhadap konten dan format informasi yang disajikan melalui akun Instagram juga menjadi penting untuk meningkatkan kepuasan masyarakat.

Selain pemenuhan kebutuhan informasi, interaksi dan keterlibatan masyarakat dengan akun Instagram @pembkabbadung juga menjadi faktor penting dalam mengevaluasi keberhasilan akun tersebut. Seberapa aktif masyarakat berpartisipasi dalam komentar, *likes*, atau berbagi konten

dari akun tersebut juga perlu dievaluasi untuk memahami sejauh mana akun tersebut berhasil membangun komunitas yang aktif dan terlibat dalam proses komunikasi dua arah dengan pemerintah Kabupaten Badung. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang penggunaan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kabupaten Badung dan potensi untuk meningkatkan interaksi antara pemerintah dan masyarakat melalui platform digital.

## **KESIMPULAN & SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, dapat disimpulkan

1. Akun Instagram resmi pemerintah Kabupaten Badung, @pembkabbadung, menyediakan beragam informasi seputar pemerintahan Kabupaten Badung kepada masyarakat.
2. Meskipun motif informasi memperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 3,11, tingkat kepuasan masyarakat setelah mengakses akun tersebut belum mencapai harapan yang diinginkan.
3. Terdapat perbedaan signifikan antara motif- motif yang diinginkan oleh masyarakat dan pemenuhan akan motif tersebut setelah mengakses akun @pembkabbadung. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat ruang untuk perbaikan dalam menyajikan konten yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat Kabupaten Badung.

### **Saran**

Dari laporan hasil implementasi dan hambatan yang timbul selama penelitian, terdapat beberapa faktor yang sebaiknya diperhatikan secara lebih rinci untuk meningkatkan hasil dan efisiensi dari pelaksanaan penelitian serupa. Beberapa aspek yang memerlukan perhatian lebih lanjut melibatkan:

1. Pemerintah Kabupaten Badung perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap konten yang disajikan melalui akun Instagram @pembkabbadung. Diperlukan upaya untuk mengoptimalkan variasi konten agar lebih sesuai dan relevan dengan kebutuhan serta preferensi masyarakat.

2. Interaksi dan keterlibatan masyarakat dengan akun @pembkabbadung perlu ditingkatkan. Ini dapat dilakukan dengan mendorong partisipasi aktif pengikut melalui komentar, likes, atau berbagi konten. Hal ini akan membantu membangun komunitas yang lebih aktif dan terlibat dalam proses komunikasi dua arah dengan pemerintah Kabupaten Badung.
3. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan secara khusus adalah pemenuhan motif identitas pribadi. Meskipun motif ini penting bagi masyarakat, pemenuhannya masih belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan dalam menyajikan konten yang dapat memperkuat ikatan emosional antara masyarakat dengan akun @pembkabbadung, seperti konten yang menggambarkan kehidupan sehari-hari masyarakat atau pencapaian individu dalam komunitas.
4. Keterbatasan pada penelitian ini adalah mayoritas responden berasal dari kelompok usia 15-25 tahun dengan latar belakang pendidikan SMA/SMK, serta daerah Abiansemai. Untuk memperoleh gambaran yang lebih representatif, penelitian dimasa mendatang sebaiknya melibatkan responden dari berbagai kelompok usia, latar belakang pendidikan, dan daerah geografis di Kabupaten Badung.

## REFERENSI

### Web:

DPRD Kabupaten Badung. (2014). Gambaran Umum Kabupaten Badung | DPRD Kabupaten Badung. Website Resmi DPRD Kabupaten Badung. Retrieved February 12, 2024, from <https://dprd.badungkab.go.id/menu/114/Gambaran-Umum-Kabupaten-Badung.html>

DPRD Kabupaten Badung. (2014). Tentang Eksekutif Kab Badung. Website Resmi DPRD Kabupaten Badung. Retrieved April 19, 2024, from <https://badungkab.go.id/kab/eksekutif>

### Jurnal:

Anno Domini Muskanan, L. J. (2019). Motif dan Kepuasan Followers dalam Mengikuti Akun @ayutingting92 di Instagram. Jurnal E-Komunikasi Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, VOL 7. NO.2

Dian Mustika Ramadhani H. Djafar, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. e-Proceeding of Management Universitas Telkom, Vol 7, Noi 1, Pages 1768.

Fransisca Asteria Nandra Febiola, S. Z. (2021). Efektivitas Akun Instagram @suarasurabayamedia dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi bagi Followers dari Kota Surabaya. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur, Volume 7 Nomor 1.

Helen, F. R. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Prologia, 355-362.

Muhammad Ariful Furqon, D. H, dkk. (2018). Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet. Jurnal Sosioteknologi, Vol 17. No 2

Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratifications. Jurnal Baca PDII LIPI, 207-216.

Skripsi:

Burhana, A. (2020). Makna Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah IAIN Kediri. Thesis IAIN Kediri.

LIDARA, A. W. (2022). Efektivitas Pengguna Media Sosial Instagram @infopku Sebagai Media Informasi Online Kota Pekanbaru. Skripsi UIN Suska Riau.

Purwaningsih, N. P. (2019). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Oleh Line Today Pada Pemuda Di Kota Denpasar. Skripsi Universitas Udayana.

Puspitasari, C. R. (2018). Kepuasan Followers Terhadap Akun Instagram @Ridwankamil (Studi Deskriptif Pada Followers Akun Instagram @Ridwankamil). Skripsi Universitas Brawijaya.

Suari, P. K. (2023). Perbandingan kepuasan menonton film miracle in cell no. 7 versi Korea dan Indonesia . Skripsi Universitas Udayana.

Utari, N. L. (2021). Pengaruh Terpaan Media Sosial Twitter Terhadap Kepekaan Sosial Remaja Di Kota Denpasar Studi Pada Utas Twitter Please Do Your Magic. Skripsi Universitas Udayana.