

Analisis Faktor-faktor Adopsi Masyarakat untuk Berpartisipasi pada Instagram Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pemerintah Provinsi DKI Jakarta = Determinants of Citizen Adoption to Engage in Instagram for Public Services: An Empirical Study of Investment and One-Stop Services Agency of Jakarta

Ahmad Hendra Maulana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20515873&lokasi=lokal>

Abstrak

Adanya stigma masyarakat tentang sulitnya mengurus perizinan di Jakarta merupakan tantangan bagi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Provinsi DKI Jakarta dalam menjalankan pelayanan publik. Melalui akun media sosial Instagram @layananjakarta, DPMPTSP berusaha menghapus stigma tersebut dengan memberikan informasi berupa konten-konten seputar program kerja dan inovasi layanan yang memudahkan masyarakat mengurus perizinan. Namun dengan tingkat keterlibatan masyarakat yang rendah, yaitu sebesar 0,16%, menjadi batu sandungan dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang memengaruhi adopsi masyarakat untuk berpartisipasi pada akun Instagram @layananjakarta. Penelitian ini menggabungkan teori Uses and Gratifications Theory (UGT), Technology Acceptance Model (TAM), dan variabel trust in the platform yang membentuk 6 variabel independen dan 2 variabel dependen dengan 37 indikator yang disusun dalam kuesioner. Data responden diperoleh sebanyak 378 orang dari followers yang pernah berkomentar, mengirim pesan, menyukai atau membagikan konten akun Instagram @layananjakarta, kemudian data dianalisis menggunakan metode CB-SEM dan perangkat lunak AMOS 26.0. Hasil analisis diketahui bahwa faktor information seeking, socialization, perceived usefulness, dan trust in the platform secara signifikan berpengaruh terhadap intention to use. Kemudian faktor self-presentation dan perceived ease of use tidak berpengaruh terhadap intention to use. Selanjutnya intention to use berpengaruh secara signifikan terhadap actual adoption masyarakat untuk berpartisipasi pada akun Instagram @layananjakarta. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat pada akun Instagram @layananjakarta dan menambah referensi ilmiah terhadap teori UGT dan TAM.

.....The existence of public stigma about the difficulty of obtaining permits in Jakarta is a significant challenge for the Jakarta Provincial Investment and One-Stop Integrated Service (DPMPTSP) in carrying out public services. Through the Instagram @layananjakarta social media account, DPMPTSP tries to eliminate this stigma by providing information about work programs and service innovations that make it easier for citizens to apply for permits. However, with a low level of citizen engagement, which is 0.16%, it becomes a stumbling block in carrying out its primary duties and functions. This study aims to determine what factors influence people's adoption to participate in the @layananjakarta Instagram account. This study combines the Uses and Gratifications Theory (UGT), Technology Acceptance Model (TAM) theory, and the trust in the platform variable, which forms six independent variables and two dependent variables with 37 indicators arranged in a questionnaire. Respondent data were obtained from 378 people from followers who had commented, sent messages, liked, or shared the content of the @layananjakarta Instagram account. The data were analyzed using the CB-SEM method and AMOS 26.0 software. The results show that the information seeking, socialization, perceived usefulness, and trust in the platform factors significantly

influence the intention to use. Then the self-presentation factor and perceived ease of use do not affect the intention to use. Furthermore, the intention to use has a significant effect on the actual adoption of the citizen to participate in the @layananjakarta Instagram account. This research expects to increase citizen's engagement on the @layananjakarta Instagram account and add scientific references to the UGT and TAM theory.