

**EVALUASI PELAKSANAAN DAN TINGKAT KEPUASAN
PENGGUNA AKUN MEDIA INSTAGRAM UNTUK
INFORMASI PERTANAHAN KEPADA MASYARAKAT
(STUDI PADA AKUN MEDIA INSTAGRAM @kantahkabkaranganyar)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Sebutan

Sarjana Terapan di Bidang Pertanahan

Pada Program Studi Diploma IV Pertanahan



Disusun Oleh:

BINAR FAJAR KRISTY

NIT. 20293390

**KEMENTERIAN AGRARIA DAN TATA RUANG/
BADAN PERTANAHAN NASIONAL
SEKOLAH TINGGI PERTANAHAN NASIONAL
YOGYAKARTA
2024**

ABSTRACT

The rapid development of communication and information technology that is currently occurring has encouraged the Karanganyar Regency Land Office to create an Instagram account @kantahkabkaranganyar to provide online-based land information services. However, the lack of interaction from users indicates that the land information content presented is less interesting. So that to answer these problems, a study of community response and evaluation of the implementation of the use and level of user satisfaction of the @kantahkabkaranganyar Instagram account is needed. The purpose of this study is to determine how the public responds and evaluate how the implementation of the use and level of satisfaction of users of the @kantahkabkaranganyar Instagram account in finding land information at the Karanganyar Regency Land Office.

The research method used is a combination of qualitative and quantitative methods. The object of this research is the Instagram account @kantahkabkaranganyar. Data in the form of interview results to the Head of the Subdivision of TU, Instagram manager and Instagram followers @kantahkabkaranganyar, as well as questionnaire survey data to 100 respondents. To evaluate the level of satisfaction, the researcher distributed a questionnaire containing 26 lists of questions to 100 sample respondents who were followers of Instagram @kantahkabkaranganyar which were then analysed using the User Experience Questionnaire method.

*The results showed that the creation of Instagram media with the account name @kantahkabkaranganyar was an internal initiative of the Karanganyar Regency Land Office. The creation of Instagram media @kantahkabkaranganyar aims to increase community involvement and improve the image of the institution, as well as a strategic step in supporting digital transformation in the delivery of land information services. Instagram @kantahkabkaranganyar is a priority media among the 7 social media owned by the Karanganyar Regency Land Office, which is managed by the Karanganyar Regency Land Office public relations team consisting of 15 officers. Broadly speaking, the public follows Instagram @kantahkabkaranganyar with the motive to find land information. The community is generally helped by the information and news presented on the @kantahkabkaranganyar Instagram, but not all followers who are looking for information are satisfied with the information they get on the @kantahkabkaranganyar Instagram page. The level of satisfaction of Instagram @kantahkabkaranganyar followers in receiving information presented on Instagram @kantahkabkaranganyar tends to be below average (less satisfied).
Keywords: Land information, Instagram, Evaluation*

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
INTISARI	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
<u>BAB I</u> PENDAHULUAN.....	1
A. <i>Latar Belakang</i>	1
B. <i>Rumusan Masalah</i>	4
C. <i>Tujuan dan Manfaat Penelitian</i>	5
<u>BAB II</u> TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. <i>Kajian Terdahulu</i>	6
B. <i>Kerangka Teoretis</i>	8
C. <i>Kerangka Pemikiran</i>	13
D. <i>Pertanyaan Penelitian</i>	15
<u>BAB III</u> METODE PENELITIAN.....	16
A. <i>Format Penelitian</i>	16
B. <i>Objek Penelitian</i>	17
C. <i>Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel</i>	17
D. <i>Definisi Operasional</i>	18
E. <i>Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data</i>	18
F. <i>Teknik Analisis Data</i>	20
<u>BAB IV</u> GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	22

A.	<i>Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar</i>	22
B.	<i>Akun Media Instagram @kantahkabkaranganyar.....</i>	23
BAB V PEMBUATAN AKUN MEDIA INSTAGRAM @kantahkabkaranganyar.....		26
A.	<i>Inisiasi Pembuatan Akun Instagram @kantahkabkaranganyar</i>	26
B.	<i>Tujuan dan Manfaat Pembuatan @kantahkabkaranganyar.....</i>	28
BAB VI PENGELOLAAN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kantahkabkaranganyar.....		32
A.	<i>Pengelola Akun Media Sosial Instagram @kantahkabkaranganyar.</i>	32
B.	<i>Strategi Pengelolaan Akun Instagram @kantahkabkaranganyar.....</i>	34
BAB VII TANGGAPAN MASYARAKAT PENGIKUT INSTAGRAM @kantahkabkaranganyar.....		39
A.	<i>Respon Masyarakat Pengikut @kantahkabkaranganyar.....</i>	39
B.	<i>Informasi yang Dibutuhkan Pengikut @kantahkabkaranganyar</i>	40
BAB VIII EVALUASI TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA AKUN MEDIA INSTAGRAM UNTUK INFORMASI PERTANAHAN PADA AKUN @kantahkabkaranganyar MENGGUNAKAN METODE <i>USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE</i> (UEQ)		45
A.	<i>Dvata</i>	45
B.	<i>Inconsistency Data</i>	49
C.	<i>Cronbachs Alpha-Coefficient</i>	50
D.	<i>Analisis User Experience Questionnaire</i>	50
BAB IX PENUTUP		57
A.	<i>Kesimpulan</i>	57
B.	<i>Saran</i>	59
DAFTAR PUSTAKA		61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang saat ini terjadi telah mempermudah masyarakat untuk memperoleh informasi secara instan (Ningrum & Prihantoro, 2020). Dimana proses pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat beralih dari media konvensional ke media sosial, sehingga informasi yang tersedia dapat dengan cepat disebarluaskan melalui internet. Setiap orang dengan akses internet dapat dengan mudah menerima maupun menyalurkan informasi kapanpun dan dimanapun. Penggunaan teknologi komunikasi dan informasi memfasilitasi akses informasi, menyediakan informasi, atau sebagai alat pemuas kebutuhan bagi pengguna-nya. Di era saat ini, ada satu tren yang cukup menonjol di dunia *online*, yaitu *booming*-nya pemanfaatan media sosial (Mutiah dkk., 2022). Media sosial merupakan salah satu sarana teknologi informasi yang menjadi alat komunikasi secara global dan sangat digemari oleh berbagai kalangan di Indonesia (Nabila Ulayya dkk., 2022). Media sosial memiliki peranan penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat Indonesia dimana tercatat terdapat 167 juta pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2023. Setiap orang mempunyai motif yang berbeda dalam penggunaan suatu media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sudut pandang teori *use and gratification* motif utama pengguna media sosial dalam menggunakan media sosial adalah untuk memenuhi kebutuhan dalam mencari hiburan, interaksi sosial, ekspresi diri dan mencari informasi (Suryadiningrat dkk., 2022). Kemudian pada tahun 2010 hadir Instagram yang merupakan media sosial berbasis gambar yang seiring berkembangnya waktu semakin banyak digunakan oleh masyarakat.

Instagram diambil dari kata “Insta” yang berasal dari kata “Instan”. Nama ini diambil dari kamera polaroid di mana merupakan kamera instan yang langsung jadi seketika. Sedangkan kata “gram” diambil dari kata “Telegram” yang mampu mengirim informasi secara cepat. Dalam hal ini, Instagram menyediakan ruang untuk bertukar informasi dalam bentuk gambar maupun suara sebagai media

penyalur informasi secara instan (Malik dkk., 2021). Dilansir dari DataIndonesia.id, terdapat lebih dari 116 juta pengguna Instagram di Indonesia. Informasi yang disajikan di Instagram dikemas secara beranekaragam mulai dari foto/gambar, video maupun infografis. Instagram merupakan platform *online* berbasis SNS atau *Social Network Site* yang kini semakin populer dikalangan masyarakat. Dilansir dari databoks.katadata.co.id, menurut survei literasi digital Katadata *Insight Center* (KIC) bersama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan bahwa terdapat 76% dari 1.670 responden yang berasal dari seluruh provinsi yang ada di Indonesia menggunakan media sosial dengan alasan utama untuk mencari informasi.

Pemanfaatan media sosial oleh Instansi Pemerintah menjadi salah satu gebrakan dalam memaksimalkan perkembangan teknologi informasi, Adapun manfaat media sosial bagi pemerintah, yaitu : Mendorong efisiensi pemerintahan, memulihkan kepercayaan masyarakat yang turun, menghadapi perkembangan zaman, sarana komunikasi di saat krisis dan bencana. Adapun pedoman pemanfaatan media sosial Instansi Pemerintah juga telah diatur dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang “Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah”. Dalam peraturan tersebut dijelaskan beberapa prinsip yang perlu diperhatikan oleh pengelola media sosial di Instansi Pemerintah, yaitu : Kredibel, yakni menjaga kredibilitas sehingga informasi yang disampaikan akurat, berimbang, dan keterwakilan. Integritas, yakni menunjukkan sikap jujur dan menjaga etika. Profesional, yakni memiliki pendidikan, keahlian, dan keterampilan di bidangnya. Responsif, yakni menanggapi masukan dengan cepat dan tepat. Terintegrasi, yakni menyelaraskan penggunaan media sosial dengan media komunikasi lainnya, baik yang berbasis internet (*on-line*) maupun yang tidak berbasis internet (*off-line*). Keterwakilan, yakni pesan yang disampaikan mewakili kepentingan instansi pemerintah, bukan kepentingan pribadi.

Peningkatan pelayanan di bidang pertanahan telah mendapat dukungan dari pemerintah dengan dikeluarkannya Peraturan Kepala Badan Pertanahan Nasional Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2013 (Hardi S, 2014). Peraturan ini bertujuan untuk: Memberikan standar bagi Pejabat Informasi di lingkungan Badan Pertanahan Nasional Republik Indonesia dalam melaksanakan pengelolaan dan pelayanan

Informasi Publik, meningkatkan pelayanan Informasi Publik oleh Badan Pertanahan Nasional Republik Indonesia untuk menghasilkan layanan yang berkualitas di lingkungan Badan Pertanahan Nasional Republik Indonesia, menjamin pemenuhan hak warga negara untuk memperoleh Informasi Publik di lingkungan Badan Pertanahan Nasional Republik Indonesia dan menjamin terwujudnya tujuan penyelenggaraan keterbukaan Informasi Publik.

Diantara banyaknya orang, perusahaan maupun Instansi Pemerintahan di Indonesia yang memanfaatkan media sosial untuk membuat akun yang memuat informasi beragam, Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar merupakan salah satu Instansi Pemerintah yang menggunakan akun media sosial untuk menyediakan informasi yang berkaitan dengan pertanahan dan pelayanan publik yang diselenggarakan di kantor tersebut. Terdapat 3 akun media sosial yang dimiliki oleh Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar yaitu Instagram (@kantahkabkaranganyar), Facebook (@kantahkabkaranganyar) dan Twitter (@bpnkaranganyar). Pelayanan berbasis digital melalui jaringan internet dilakukan oleh Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar sebagai salah satu upaya untuk menjangkau masyarakat dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dari 3 media sosial yang dimiliki oleh Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar Instagram menjadi *platform* dengan jumlah pengikut terbanyak dan menjadi platform paling fleksibel bagi Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar dalam memberikan informasi. Akun Instagram @kantahkabkaranganyar telah memiliki 2603 *followers* (akses 6 januari 2024). Meskipun terbilang kecil mengingat terdapat 947.642 (Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar, 2013) total penduduk di Kabupaten Karanganyar, jumlah *followers* akun @kantahkabkaranganyar cukup banyak di bandingkan dengan akun Instagram Kantor Pertanahan Kabupaten di sekitarnya. Seperti Kabupaten Sukoharjo dengan 1892 *followers* (akses 29 Maret 2024), Kabupaten Sragen dengan 2515 *followers* (akses 29 Maret 2024) dan Kabupaten Boyolali dengan 1778 *followers* (akses 29 Maret 2024).

Disamping *followers* akun @kantahkabkaranganyar yang lebih banyak dibanding akun Instagram Kantor Pertanahan Kabupaten disekitarnya, akun @kantahkabkaranganyar sangat proaktif menyajikan informasi kepada masyarakat yang bisa dilihat dari ragam informasi yang disajikan dan jumlah postingan yang cukup tinggi setiap harinya. Akun Instagram ini lalu dimanfaatkan oleh yang

berjumlah *followers* yang kebanyakan merupakan pemohon di Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar untuk mencari informasi, berinteraksi maupun melakukan pengaduan yang berkaitan dengan pertanahan dan pelayanan di Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar. Minimnya media penyalur informasi pelayanan publik di kantor pertanahan menjadikan Instagram sebagai sarana yang tepat bagi Kantor Pertanahan untuk memberikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat.

Sejak tahun 2018 Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar telah menggunakan akun Instagram @kantahkkabkaranganyar dalam memberikan informasi layanan pertanahan, namun sejauh ini masih dirasa belum optimal, hal ini dapat dilihat dari minimnya interaksi berupa *likes* dan *comment* pada setiap unggahan pada akun @kantahkabkaranganyar. Minimnya interaksi tersebut bisa disebabkan oleh beberapa faktor seperti konten yang disajikan kurang menarik bagi pengguna Instagram yang mana dilansir dari [statista.com](https://www.statista.com), mayoritas pengguna Instagram berada di kelompok usia 18 hingga 34 tahun, yang mencakup 61,8% dari audiens. Hal ini dikhawatirkan menjadi indikator ketidakpuasan masyarakat terhadap informasi pertanahan yang disajikan dalam akun @kantahkabkaranganyar. Sehingga upaya Kantor Pertanahan dalam menjangkau masyarakat dan meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui akun Instagram @kantahkabkaranganyar menjadi sia-sia. Dari permasalahan tersebut peneliti hendak mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna akun media sosial Instagram @kantahkabkaranganyar dalam memberikan informasi pertanahan. Dalam hal tersebut peneliti tertarik dan memilih judul “Evaluasi Pelaksanaan dan Tingkat Kepuasan Pengguna Akun Media Instagram untuk Informasi Pertanahan Kepada Masyarakat”

B. Rumusan Masalah

1. Mengapa Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar membuat akun media sosial Instagram @kantahkabkaranganyar?
2. Bagaimana pelaksanaan penggunaan akun media sosial Instagram @kantahkabkaranganyar?
3. Bagaimana respon masyarakat terhadap informasi pada akun media sosial Instagram @kantahkabkaranganyar?
4. Evaluasi mengenai bagaimana tingkat kepuasan pengguna akun Instagram @kantahkabkaranganyar dalam mencari informasi pertanahan di Kantor

Pertanahan Kabupaten Karanganyar?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini dilakukan untuk:
 - a. Mengetahui alasan sebenarnya penggunaan akun media sosial Instagram @kantahkabkaranganyar.
 - b. Mengetahui pelaksanaan penggunaan akun media sosial Instagram @kantahkabkaranganyar.
 - c. Mengetahui respon masyarakat terhadap informasi pada akun media sosial Instagram @kantahkabkaranganyar.
 - d. Evaluasi mengenai bagaimana kepuasan tingkat pengguna akun Instagram @kantahkabkaranganyar dalam mencari informasi pertanahan di Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar.
2. Adapun penelitian ini diharapkan menghasilkan buah pikiran dan gagasan yang dapat dimanfaatkan untuk:
 - a. Manfaat akademis adalah untuk memberikan informasi ilmu pengetahuan terkait informasi pertanahan dan kajian pada penelitian berikutnya.
 - b. Manfaat praktis sebagai peningkatan pemanfaatan Instagram sebagai media informasi pertanahan di kantor pertanahan

BAB IX

PENUTUP

A. Kesimpulan

Evaluasi Tingkat Kepuasan Pengguna Akun Media Instagram untuk Informasi Pertanahan Kepada Masyarakat yang dilakukan pada akun media Instagram @kantahkabkaranganyar terdapat 4 (empat) poin utama yang dapat disimpulkan, 4 poin tersebut antara lain:

1. Pembuatan media Instagram

- a. Pembuatan media Instagram dengan nama akun @kantahkabkaranganyar merupakan inisiatif internal dari Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar tanpa adanya tuntutan dari pihak eksternal dalam menanggapi perkembangan zaman sebagai media penyalur informasi pertanahan terbaru dan media komunikasi berbasis *online*. Pembuatan akun Instagram @kantahkabkaranganyar
- b. Pembuatan media Instagram @kantahkabkaranganyar bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dan memperbaiki citra lembaga, serta sebagai langkah strategis dalam mendukung transformasi digital dalam penyelenggaraan pelayanan informasi pertanahan. Melalui kesinambungan dalam mengelola dan memanfaatkan akun ini, Kantor Pertanahan terus berkomitmen untuk menyediakan informasi yang transparan, akurat, dan bermanfaat bagi masyarakat, serta membangun hubungan yang lebih kuat antara Kantor Pertanahan dan masyarakat.

2. Pelaksanaan Penggunaan Akun Media Sosial Instagram

@kantahkabkaranganyar

- a. Media Instagram @kantahkabkaranganyar merupakan media prioritas di antara 7 media sosial yang dimiliki oleh Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar, yang dikelola oleh tim humas Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar yang beranggotakan 15 petugas yang seluruhnya merupakan pegawai di Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar. Penunjukan anggota tim humas didasari pada ketrampilan pegawai di bidang audio-visual dan humas.
- b. Strategi yang digunakan Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar

dalam menyalurkan informasi berbeda antara satu platform dengan platform media sosial yang lain. Konten pertanahan yang disajikan pada akun Instagram @kantahkabkaranganyar berupa konten informasi seputar pertanahan, kegiatan yang terselenggara pada Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar dan kebijakan baik kebijakan Kementerian ATR/BPN maupun kebijakan Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar.

3. Pandangan Masyarakat

- a. Secara garis besar, masyarakat mengikuti Instagram @kantahkabkaranganyar dengan motif untuk mencari informasi pertanahan. Masyarakat pada umumnya terbantu dengan informasi dan berita yang disajikan dalam instagram @kantahkabkaranganyar, namun tidak semua *followers* yang mencari informasi merasa puas terhadap informasi yang mereka peroleh pada halaman Instagram @kantahkabkaranganyar.
- b. Adapun beberapa informasi pertanahan yang diharapkan oleh *followers* agar dapat disajikan di Instagram @kantahkabkaranganyar yang didapat dari hasil wawancara antara lain:
 - 1) Konten informasi biaya pelayanan yang terperinci;
 - 2) Konten jangka waktu proses pengerjaan berkas permohonan;
 - 3) Konten edukasi pertanahan;
 - 4) Konten jenis jenis layanan Kantor Pertanahan secara lengkap;
 - 5) Konten syarat-syarat permohonan.

Di lain pihak beberapa *followers* mengharapkan konten informasi yang dikemas secara lebih menarik sehingga dapat meningkatkan interaksi antara masyarakat dan Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar melalui Instagram @kantahkabkaranganyar.

4. Evaluasi tingkat kepuasan *followers* Instagram @kantahkabkaranganyar

Evaluasi tingkat kepuasan *followers* Instagram @kantahkabkaranganyar terhadap informasi pertanahan yang disajikan dalam Instagram @kantahkabkaranganyar menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan

followers Instagram @kantahkabkaranganyar cenderung dibawah rata-rata dan terkhusus pada aspek daya tarik dan aspek kebaruan memiliki tingkat evaluasi yang cenderung buruk. Hal ini dapat diartikan bahwa masyarakat kurang puas terhadap penyajian informasi pertanahan pada Instagram @kantahkabkaranganyar dan akun Instagram @kantahkabkaranganyar memiliki celah perbaikan pada seluruh aspek baik itu aspek daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi dan kebaruan. Terkhusus perlu dilakukan perbaikan yang signifikan pada aspek daya tarik dan kebaruan karena kedua aspek tersebut memiliki nilai evaluasi yang cenderung buruk.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan di atas, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Perlu dilakukannya identifikasi berkala melalui audiensi kepada masyarakat untuk mengetahui kebutuhan informasi yang sebenarnya diperlukan oleh masyarakat. Hasil dari identifikasi tersebut dapat digunakan dalam acuan pada evaluasi internal pelaksanaan pemberian informasi pertanahan melalui media sosial di Kantor Pertanahan, sehingga penyajian informasi lebih tepat sasaran dan efektif sesuai dengan apa yang diharapkan oleh masyarakat.
2. Mengingat pentingnya optimalisasi eksistensi Kementerian ATR/BPN melalui penyelenggaraan informasi dan komunikasi publik lewat media sosial masing-masing kantor pertanahan, maka peningkatan kualitas dan kuantitas informasi pertanahan yang disajikan pada media sosial satuan kerja kantor pertanahan harus ditingkatkan, sehingga Kementerian ATR/BPN perlu mempertimbangkan untuk penambahan rekrutmen pegawai yang memiliki tugas pokok dan fungsi utama sebagai pengelola akun media sosial kantor pertanahan seperti halnya yang sudah dilakukan oleh banyak perusahaan swasta demi meningkatkan *marketing* produk mereka.

3. Perlu mempertimbangkan selera masyarakat khususnya mayoritas pengikut mengenai konten-konten yang dapat disajikan demi menarik lebih banyak interaksi kepada masyarakat melalui Instagram @kantahkabkaranganyar.
4. Perlu dilakukan peningkatan kreativitas dan inovasi dalam menyajikan konten informasi pertanahan yang dapat mendorong interaksi dengan masyarakat dengan mempertimbangkan hal yang sedang hangat (*trend*) di tengah masyarakat.
5. Perlu dilakukan evaluasi secara berkala terhadap pelaksanaan penyajian informasi pertanahan melalui media Instagram @kantahkabkaranganyar, sehingga pihak Kantor Pertanahan Kabupaten Karanganyar dapat merumuskan strategi yang tepat dalam memanfaatkan media sosial dan Instagram pada khususnya secara optimal.
6. Perlu diadakan seminar maupun pelatihan peningkatan kapasitas petugas pengelola media sosial Kantor Pertanahan untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan para petugas yang tentu akan sejalan dengan peningkatan kualitas konten informasi yang disajikan.
7. Perlu ditingkatkan responsivitas dan ketersediaan informasi secara real-time dalam merespon pertanyaan dari masyarakat melalui platform Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, K. (2021). Urgensi Evaluasi Dalam Proses Pembelajaran. *Rausyan Fikr*, 17(1).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar. (2023). *Kabupaten Karanganyar Dalam Angka Tahun 2023*.
- Djollong, A. (2014). Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif. *ISTIQRA'*, II(1).
- Dwi, E., & Watie, S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *THE MESSENGER*, III(1).
http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sos
- Furqon, M., Hermansyah, D., Sari, R., & Sukma, A. (2018). Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet. *Jurnal Sosioteknologi*, 17(2).
- Gading Barus, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @BOBBYNST Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers di Kota Medan. *Jurnal Komunika*, 17(2).
- Hardi, S. (2014). SAUFANA HARDI. *SKRIPSI STPN*.
- Luh, N., Gitajayanti, D., Satwika, I. P., Istri, A. A., Paramitha, I., Studi, P., & Informasi, S. (2021). Evaluasi Sistem Informasi Skripsi dan Tugas Akhir STMIK Primakara (PRISKA) Menggunakan Metode User Experience Questionnaire. *Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)*, 10(1). <http://www.ueq-online.org/>
- Magdalena, I., Fauzi, H. N., & Putri, R. (2020). Pentingnya Evaluasi Dalam Pembelajaran dan Akibat Memanipulasinya. *Jurnal Pendidikan dan Sains*, 2(2), 244–257. <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/bintang>
- Malik, A., Khan, M., & Haase, anabel. (2021). crisis and emergency risk. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 61.
- Ma'ruf, A., & Putra, D. (2019). Efektifitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Joko Widodo Pada Pemilih Pemula Pemilu 2019. *Widya Komunika*, 9(2).
- Mutiah, T., Mirat La Ode, Y., Raharjo, A., & Suratriadi, P. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @RIDWANKAMIL. *Jurnal Akrab Juara*, 7, 271–282.
<https://andi.link/hootsuite-we-are->
- Nabila Ulayya, K., Prihasari, D., & Perdanakusuma, A. R. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota menggunakan Media Sosial untuk Berkomunikasi dengan Masyarakat* (Vol. 6, Nomor 5). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Nina Adlini, M., Hanifa Dinda, A., Yulinda, S., Chotimah, O., & Julia Merliyana, S.

- (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Jurnal Edumaspul*, 6(1), 974–980.
- Ningrum, R., & Prihantoro, E. (2020). Pengaruh Intensitas dan Motif Penggunaan Media Instagram terhadap Kepuasan Mendapatkan Informasi Followers Akun @soloinfo. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 2(2), 60–67.
- Rianti, S., Rusli, Z., & Yuliani, D. F. (2019). Kualitas Pelayanan Publik. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 15(3).
- Salma, N., & Alsa, A. (2023). The Role of Self-Regulated Learning and Student Engagement in Academic Activities towards Math Achievement. *International Journal of Islamic Educational Psychology*, 4(2), progres. <https://doi.org/10.18196/ijiep.v4i2.18448>
- Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas SMAU CT FOUNDATION Sebagai Media Informasi dan Publikasi dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi* /, 10(2), 147–160.
- Siti, O. :, Rukmana, H., Pembimbing, M., Sadad, A., Sos, S., & Si, M. (2017). Strategi BADAN PERTANAHAN NASIONAL Kota Pekanbaru Dalam Meminimalisir Permasalahan Tumpang Tindih Sertifikat Tanah (Overlapping) di Kota Pekanbaru. *JOM FOSIP*, 4(2).
- Soesanto, E. (2013). Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Online Shop* (Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran *Online Shop*). *Skripsi UPN VETERAN Jatim*.
- Sudirjo, F., Yuliana, A., Novilia, F., Kalalo, R. R., & Belani, W. (2023). The Influence Of Service Quality And Consumer Experience On Consumer Repurchase Intention. *INNOVATIVE*, 3(6), 3965–3973.
- Suryadiningrat, Y., Rahmat, T. Y., & Anandita, R. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan E-Wom Terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Belanja *Online*. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.515>
- Yuliani, F., Adriadi, R., & Safitra, L. (2020). MEDIA BARU DALAM PELAYANAN PUBLIK (Sosial Media dalam Pelayanan Publik oleh OMBUDSMAN RI Bengkulu). *Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(2).

Peraturan Perundang-undangan :

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah.

Peraturan Kepala Badan Pertanahan Nasional Republik Indonesia Nomor 6 Tahun
2013 tentang Pelayanan Informasi Publik di Lingkungan BPN RI

Undang-Undang Nomor 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik