

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kantahkabbekasi
SEBAGAI SARANA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK
DI KANTOR PERTANAHAN KABUPATEN BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Sebutan Sarjana Terapan
di Bidang Pertanahan pada Program Studi Diploma IV Pertanahan



Disusun Oleh:

ADINDA TASYA CHOIRUNNISA

NIT. 22314040

**POLITEKNIK AGRARIA STPN
KEMENTERIAN AGRARIA DAN TATA RUANG/
BADAN PERTANAHAN NASIONAL
YOGYAKARTA
2026**

ABSTRACT

This study aims to analyze the utilization of Instagram social media account @kantahkabbekasi as a means of improving the quality of public services at the Bekasi Regency Land Office. The study employed a qualitative descriptive approach with data collected through semi-structured interviews, non-participant observation, and documentation. Informants consisted of the Head of the Land Office, administrative officials, service coordinators, social media managers, and members of the public who used land services and followed the Instagram account. Data were analyzed using an interactive model involving data collection, reduction, presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that the utilization of Instagram is implemented through content planning based on public information needs, multi-layered content verification, informative content diversification, and responsive digital interaction management. The quality of information disseminated through Instagram is generally categorized as good, particularly in terms of accuracy and clarity of presentation. Instagram also functions as a pre-service information gateway that helps the public understand service procedures and prepare administrative requirements before accessing services. Furthermore, the study reveals that the contribution of Instagram content to public service quality is mediated by public engagement through cognitive, interactive, and behavioral engagement. Therefore, Instagram has become an effective digital communication tool in supporting more transparent, responsive, and citizen-oriented land services.

Keywords: *engagement, Instagram, land services, public service quality, social media*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	ix
INTISARI.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	18
A. Latar Belakang	18
B. Rumusan Masalah	22
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	22
1. Tujuan Penelitian.....	22
2. Manfaat Penelitian	23
D. Batasan Masalah.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
A. Kajian Literatur	26
B. Landasan Teori	32
1. Pelayanan Publik.....	32
2. Media Sosial.....	33
3. Komunikasi Publik.....	36
4. Kualitas Informasi.....	38

5. <i>Engagement</i> Media Sosial.....	41
C. Kerangka Pemikiran.....	44
D. Pertanyaan Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Format Penelitian	48
B. Lokasi Penelitian.....	48
C. Penetapan dan Jumlah Informan	49
D. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	51
1. Jenis dan Sumber Data	51
2. Teknik Pengumpulan Data	52
E. Teknik Analisis Data	60
F. Pengujian Keabsahan Data.....	61
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	63
A. Lokasi Penelitian.....	63
B. Kantor Pertanahan Kabupaten Bekasi.....	64
C. Pemanfaatan Media Sosial di Kantor Pertanahan Kabupaten Bekasi	66
D. Peran Instagram dalam Mendukung Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik	67
BAB V STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kantahkabbekasi DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK	71
A. Perencanaan dan Penetapan Tema Konten.....	71
B. Mekanisme Pengawasan Berlapis dalam Produksi Konten	73
C. Strategi Variasi Konten dan Penolakan Logika Viralitas	75
D. Strategi Respons dan Pengelolaan Interaksi Digital	77
E. Hambatan dan Tantangan dalam Pelaksanaan Strategi Pemanfaatan Instagram.....	79

BAB VI PERAN KONTEN INSTAGRAM @kantahkabbekasi DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK MELALUI PENYAMPAIAN INFORMASI LAYANAN PERTANAHAN KEPADA MASYARAKAT	82
A. Relevansi Konten terhadap Kebutuhan Masyarakat	82
B. Akurasi Informasi sebagai Fondasi Kepercayaan Kelembagaan	84
C. Kelengkapan Informasi dan Paradoks Komunikasi Digital Pertanahan ...	85
D. Ketepatan Waktu Penyajian Informasi	87
E. Kejelasan Penyajian Informasi.....	89
F. <i>Engagement</i> Media Sosial sebagai Penghubung antara Kualitas Konten dan Kualitas Pelayanan Publik.....	91
G. Kontribusi Konten Instagram terhadap Kualitas Pelayanan Publik Pertanahan	94
BAB VII PENUTUP.....	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat telah mengubah cara instansi pemerintah berinteraksi dengan masyarakat. Di era digital saat ini, pemerintah diharapkan mampu untuk menyampaikan informasi dan memberikan pelayanan secara lebih efisien, transparan, dan cepat. Salah satu bentuk adaptasi terhadap perubahan tersebut adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi publik. Media sosial saat ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi satu arah, tetapi juga sebagai ruang interaksi antara pemerintah dan masyarakat untuk membangun keterbukaan, partisipasi, serta kepercayaan publik (Criado et al., 2013)

Salah satu *platform* media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram. Menurut Ainussyifa et al. (2022), Instagram memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan *platform* media sosial lainnya seperti Twitter atau Facebook karena lebih menekankan aspek visual yang ditampilkan melalui foto, video, dan fitur interaktif seperti *stories*. Keunggulan ini membuat Instagram berpotensi besar untuk dimanfaatkan oleh instansi pemerintah dalam menyampaikan informasi layanan, membangun citra positif instansi, serta meningkatkan interaksi dua arah yang lebih transparan dan partisipatif dengan Masyarakat.

Pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah juga sejalan dengan pengembangan *e-government* yang menekankan pada transparansi, akuntabilitas, dan peningkatan kualitas layanan. Menurut Ainaya Nazilatul Fathinia Muqoffa et al. (2022), penggunaan media sosial dalam praktik pemerintahan digital dapat mempercepat penyebaran informasi, memperluas akses masyarakat terhadap layanan publik, serta menciptakan saluran komunikasi yang lebih terbuka dan interaktif antara pemerintah dan masyarakat. Dengan pengelolaan yang baik, media sosial dapat menjadi sarana strategis untuk membangun kepercayaan publik dan mewujudkan pengelolaan pemerintahan yang lebih responsif dan efisien.

Dalam sektor pertanahan, arah kebijakan digitalisasi pelayanan publik juga telah ditegaskan melalui Peraturan Menteri Agraria dan Tata Ruang/ Kepala BPN Nomor 12 Tahun 2025 tentang Rencana Strategis Kementerian Agraria Dan Tata Ruang/ Badan Pertanahan Nasional Tahun 2025-2029, dalam peraturan tersebut ditegaskan bahwa pembangunan sektor agraria dan tata ruang difokuskan pada pentingnya peningkatan kepastian hukum hak atas tanah, percepatan proses pendaftaran tanah, penguatan reforma agraria, penyelesaian sengketa pertanahan, serta peningkatan kualitas pelayanan publik berbasis teknologi. Kebijakan ini menegaskan pentingnya modernisasi pelayanan pertanahan yang transparan, efektif, dan berorientasi pada kepuasan masyarakat.

Kantor Pertanahan Kabupaten Bekasi merupakan salah satu instansi yang telah memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi publiknya. Melalui akun Instagram resmi @kantahkabbekasi, Kantah Kabupaten Bekasi secara aktif menyampaikan informasi layanan pertanahan, memberikan edukasi kepada masyarakat, serta menyediakan ruang interaksi bagi masyarakat untuk bertanya dan menyampaikan keluhan, termasuk terkait layanan peralihan hak secara elektronik dan sertifikat elektronik (Pemerintah Kabupaten Bekasi, 2024).

Pemilihan Kantor Pertanahan Kabupaten Bekasi sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, Kantor Pertanahan Kabupaten Bekasi berhasil meraih penghargaan Terbaik I Pengelolaan Media Sosial pada Digikomfest 2024 yang menunjukkan adanya pengelolaan media sosial yang baik. Kedua, akun Instagram @kantahkabbekasi memiliki jumlah pengikut dan tingkat *engagement* yang relatif tinggi. Ketiga, konsistensi unggahan konten menunjukkan adanya komitmen instansi dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik dan pelayanan informasi kepada masyarakat.

Secara kuantitatif, akun Instagram @kantahkabbekasi juga menunjukkan performa yang cukup baik. Akun ini memiliki lebih dari 13.600 pengikut dengan tingkat interaksi yang relatif tinggi, ditunjukkan oleh rata-rata 300 *likes* dan 15 komentar per unggahan, serta *engagement*

rate sebesar 9,75% (Phlanx.com., 2019). Selain itu, frekuensi unggahan yang mencapai rata-rata 17 postingan per bulan menunjukkan adanya konsistensi dan komitmen instansi dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan Masyarakat.

Meskipun demikian, pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah tidak terlepas dari berbagai tantangan. Beberapa permasalahan yang sering muncul antara lain adalah belum optimalnya strategi komunikasi digital, keterbatasan kepastian sumber daya manusia dalam pengelolaan media sosial, serta interaksi yang cenderung terbatas dan belum konsisten (Lovari et al., 2020). Selain itu, evaluasi terhadap dampak komunikasi digital terhadap pemahaman dan perilaku masyarakat juga masih harus diperkuat. (Ainaya Nazilatul Fathinia Muqoffa et al., 2022).

Pada praktiknya, penyampaian informasi melalui media sosial masih menghadapi berbagai tantangan. Masih ditemukan pertanyaan masyarakat yang berulang mengenai persyaratan dan prosedur layanan pertanahan pada kolom komentar maupun pesan langsung. Selain itu, masih terdapat masyarakat yang datang ke kantor untuk memperoleh informasi dasar yang sebenarnya telah dipublikasikan melalui media sosial. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa efektivitas penyebaran informasi melalui Instagram masih perlu dianalisis lebih mendalam, khususnya terkait kualitas informasi yang disajikan dan keterlibatan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi pelayanan publik.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penelitian mengenai pemanfaatan media sosial pemerintah menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada fungsi media sosial sebagai sarana penyebaran informasi, komunikasi publik, dan peningkatan kualitas pelayanan. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial mampu meningkatkan akses informasi, memperkuat interaksi antara pemerintah dan masyarakat, serta mendukung keterbukaan pelayanan publik. Selain itu, penelitian mengenai *engagement* media sosial juga menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat menjadi salah satu indikator penting dalam menilai efektivitas komunikasi digital

pemerintah. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih mengkaji aspek pemanfaatan media sosial, kualitas pelayanan, dan *engagement* secara terpisah serta belum mengintegrasikan ketiga aspek tersebut dalam konteks pelayanan pertanahan.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik mengidentifikasi bagaimana kualitas informasi pada konten Instagram instansi pertanahan dapat mendorong *engagement* masyarakat dan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik. Selain itu, belum ditemukan penelitian yang mengkaji pemanfaatan Instagram pada instansi pertanahan dengan menggunakan lima dimensi kualitas informasi, yaitu relevansi, akurasi, kelengkapan, ketepatan waktu, dan kejelasan penyajian, serta menempatkan *engagement* masyarakat sebagai mekanisme penghubung dalam menjelaskan peningkatan kualitas pelayanan publik.

Penelitian ini memiliki tiga aspek kebaruan. Pertama, kebaruan objek penelitian, yaitu pada instansi pertanahan yang memiliki karakteristik pelayanan yang bersifat prosedural dan berimplikasi hukum. Kedua, kebaruan variabel penelitian, yaitu penggunaan lima dimensi kualitas informasi yang meliputi relevansi, akurasi, kelengkapan, ketepatan waktu, dan kejelasan penyajian untuk menganalisis kualitas konten Instagram instansi pemerintah. Ketiga, kebaruan model analisis, yaitu penempatan *engagement* masyarakat sebagai mekanisme penghubung yang menjelaskan bagaimana kualitas informasi pada konten Instagram dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik dalam pendekatan kualitatif.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat dipahami bahwa pemanfaatan Instagram oleh Kantor Pertanahan Kabupaten Bekasi tidak hanya penting sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk memperkuat transparansi, akuntabilitas, serta meningkatkan kualitas pelayanan publik di bidang pertanahan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk menganalisis bagaimana pemanfaatan Instagram @kantahkabbekasi digunakan sebagai sarana peningkatan kualitas

pelayanan publik di bidang pertanahan, khususnya dalam mendukung layanan pertanahan digital yang lebih efektif, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan rencana strategis dari Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN) untuk tahun 2025-2029, yang bertujuan untuk mengoptimalkan pelayanan di bidang agraria dan tata ruang melalui penerapan sistem yang lebih modern, efisien, dan kolaboratif. Dengan demikian, permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemanfaatan media sosial Instagram @kantahkabbekasi digunakan oleh Kantor Pertanahan Kabupaten Bekasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik?
2. Bagaimana peran konten Instagram @kantahkabbekasi dalam berkontribusi pada peningkatan kualitas pelayanan publik melalui penyampaian informasi layanan pertanahan kepada masyarakat?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pemanfaatan media sosial @kantahkabbekasi dapat menjadi sarana dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Kementerian Agraria Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional (ATR/BPN). Adapun fokus utama penelitian ini adalah untuk :

- a. Menganalisis strategi pemanfaatan media sosial Instagram @kantahkabbekasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat.
- b. Menganalisis peran konten Instagram @kantahkabbekasi dalam penyebaran informasi layanan pertanahan kepada masyarakat secara efektif dan informatif.

2. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan tercapai beberapa manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut :

- 1) Memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana media sosial membentuk interaksi antara pemerintah dan Masyarakat.
- 2) Menambah referensi ilmiah dalam pengembangan penelitian di bidang komunikasi pemerintah berbasis media digital.
- 3) Menjadi dasar dan acuan bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada strategi komunikasi instansi pemerintah melalui media sosial.
- 4) Memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan teori komunikasi publik, khususnya teori kualitas informasi dan *engagement* media sosial, pada konteks instansi pemerintah yang memiliki karakteristik layanan prosedural dan berimplikasi hukum yang belum banyak dikaji dalam literatur komunikasi publik di Indonesia.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- 1) Memberikan rekomendasi strategis bagi Kantor Pertanahan Kabupaten Bekasi dalam mengoptimalkan penggunaan Instagram @kantahkabbekasi sebagai kanal pelayanan publik.
- 2) Mendorong peningkatan konten edukatif dan responsivitas terhadap aspirasi masyarakat, sehingga dapat memperkuat kepercayaan publik serta meningkatkan efektivitas penyebaran informasi pertanahan.

- 3) Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap peran media sosial sebagai sarana komunikasi dan layanan publik yang transparan serta partisipatif.

c. Manfaat Kebijakan

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Kementerian Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional dalam merumuskan strategi komunikasi digital dan pengelolaan media sosial sebagai sarana peningkatan kualitas pelayanan publik di bidang pertanahan.

D. Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada hal-hal sebagai berikut:

Objek Penelitian : Akun media sosial resmi @kantahkabbekasi di *platform* Instagram sebagai media komunikasi publik.

Subjek Penelitian : Pihak pengelola akun media sosial Kantor Pertanahan Kabupaten Bekasi dan masyarakat yang berinteraksi melalui akun tersebut.

Lokasi Penelitian : Kantor Pertanahan Kabupaten Bekasi

Waktu Penelitian : Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2026, dengan observasi konten dilakukan terhadap unggahan Instagram @kantahkabbekasi dalam periode Oktober 2025 sampai Mei 2026.

Jenis Konten : Penelitian ini dibatasi pada analisis konten unggahan Instagram @kantahkabbekasi yang berkaitan langsung dengan layanan pertanahan, dan tidak mencakup konten yang bersifat seremonial.

Kualitas informasi dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat mutu informasi yang disampaikan melalui konten Instagram @kantahkabbekasi dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Kualitas informasi tersebut dianalisis berdasarkan lima dimensi, yaitu

relevansi, akurasi, kelengkapan, ketepatan waktu, dan kejelasan penyajian informasi.

Engagement media sosial dalam penelitian ini diartikan sebagai bentuk keterlibatan masyarakat terhadap konten Instagram @kantahkabbekasi yang ditunjukkan melalui berbagai interaksi, seperti memberikan likes, komentar, membagikan konten, serta mengirim pesan langsung (*Direct Message*). Tingkat *engagement* digunakan untuk melihat sejauh mana masyarakat merespons dan memanfaatkan informasi layanan pertanahan yang disampaikan melalui Instagram.

BAB VII PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diberikan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Strategi pemanfaatan media sosial Instagram @kantahkabbekasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik dilaksanakan melalui empat pendekatan utama, yaitu:
 - a. Perencanaan konten berbasis kebutuhan informasi masyarakat yang diperoleh dari pelayanan di loket (Loket-Based Content Research).
 - b. Penerapan mekanisme pengawasan berlapis yang meliputi tahap pembuatan konten, verifikasi oleh PPID dan tim teknis, serta persetujuan pimpinan guna menjamin akurasi informasi yang dipublikasikan.
 - c. Penerapan strategi variasi konten yang lebih menekankan substansi informatif dibandingkan orientasi pada tren digital semata.
 - d. Pengelolaan interaksi digital yang cepat dan responsif terhadap pertanyaan maupun keluhan masyarakat.
2. Peran konten Instagram @kantahkabbekasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik terwujud melalui penyampaian informasi layanan pertanahan yang secara umum berada pada kategori baik, terutama pada dimensi akurasi dan kejelasan penyajian. Konten tersebut berfungsi sebagai *pre-service information gateway* yang membantu masyarakat mempersiapkan diri sebelum mengakses layanan tatap muka. Kontribusi konten terhadap kualitas pelayanan tidak bersifat langsung, melainkan dihubungkan oleh engagement masyarakat melalui tiga dimensi, yaitu *cognitive engagement*, *interactive engagement*, dan *behavioral engagement*. Ketiga dimensi tersebut saling mendukung dalam mendorong transformasi informasi digital menjadi kesiapan administratif masyarakat dalam mengakses layanan pertanahan. Dengan demikian, *engagement* media sosial berperan sebagai mekanisme

penghubung yang menghubungkan kualitas konten Instagram @kantahkabbekasi dengan kualitas pelayanan publik pertanahan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kantor Pertanahan Kabupaten Bekasi perlu memperkuat pengelolaan media sosial melalui penambahan sumber daya manusia khususnya pada bidang pengelolaan konten digital, pembakuan prosedur sinkronisasi pembaruan regulasi dengan konten informasi, serta optimalisasi fitur *carousel* dan Instagram *Highlight* untuk mendukung penyajian informasi yang lebih lengkap. Selain itu, perlu ditetapkan standar waktu respons terhadap interaksi masyarakat di media sosial agar pelayanan digital dapat berlangsung lebih konsisten.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji peran *engagement* media sosial sebagai variabel penghubung melalui pendekatan kuantitatif. Selain itu, penelitian komparatif antar kantor pertanahan juga perlu dilakukan untuk mengetahui apakah konsep *loket-based content research* serta mekanisme pengawasan berlapis juga dapat diterapkan pada kantor pertanahan lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainaya Nazilatul Fathinia Muqoffa, Mawar, M., & Novinda Serikandi. (2022). Manfaat Sosial Media dalam E-Government di Indonesia. *Jispendiora Jurnal Ilmu Sosial Pendidikan Dan Humaniora*, 1(3). doi: 10.56910/jispendiora.v1i3.241
- Ainussyifa, Z., Srisadono, W., Islami, D. I., & Gunawan, G. (2022). Pemanfaatan Instagram Kementerian Sosial RI Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah. *Jurnal Cyber PR*, 2(2). doi: 10.32509/cyberpr.v2i2.2429
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Calder, B. J., Isaac, M. S., & Malthouse, E. C. (2016). How to Capture Consumer experiences: A Context-Specific Approach To Measuring Engagement. *Journal of Advertising Research*, 56(1), 39–52. doi: 10.2501/jar-2015-028
- Cangara, H. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi Revisi). Jakarta: Rajawali Pers (Divisi PT RajaGrafindo Persada).
- Criado, J. I., Sandoval-Almazan, R., & Gil-Garcia, J. R. (2013). Government innovation through social media. In *Government Information Quarterly* (Vol. 30, Issue 4, pp. 319–326). doi: 10.1016/j.giq.2013.10.003
- Denhardt, J. V., & Denhardt, R. B. (2015). The new public service: Serving, not steering. In *The New Public Service: Serving, Not Steering* (Expanded Edition). New York: Routledge. doi: 10.4324/9781315709765
- Dessart, L., Veloutsou, C., & Morgan-Thomas, A. (2015). Consumer engagement in online brand communities: A social media perspective. *Journal of Product and Brand Management*, 24(1), 28–42. doi: 10.1108/JPBM-06-2014-0635
- Evans, D. (2010). *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. Indianapolis, IN: Wiley Publishing, Inc.
- Hoetker, G., & Fountain, J. E. (2002). Building the Virtual State: Information Technology and Institutional Change. *The Academy of Management Review*, 27(4). doi: 10.2307/4134407

- Kahn, B. K., Strong, D. M., & Wang, R. Y. (2002). Information Quality Benchmarks: Product and Service Performance. *Communications of the ACM*, 45(4).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. doi: 10.1109/WCNC.2006.1683604
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. doi: 10.1016/j.bushor.2011.01.005
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th Edition). Harlow: Pearson.
- Lovari, A., & Valentini, C. (2020). Public Sector Communication and Social Media. In *The Handbook of Public Sector Communication* (pp. 315–328). Wiley. doi: 10.1002/9781119263203.ch21
- Maharani, D. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Penyebaran*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau .
- McLeod, R., & Schell, G. P. (2007). *Management Information Systems* (10th Edition). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory* (5th Edition). London: Sage Publications
- Mergel, I. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government Information Quarterly*, 30(4), 327–334. doi: 10.1016/j.giq.2013.05.015
- Muharromah, I. A., & Yunita, Y. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Upaya Meningkatkan Personal Branding. *Wistara: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 4(1), 96–101. doi: 10.23969/wistara.v4i1.10247
- Nasrullah, R. (2017). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1).

- O' Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2008). *Systems Management Information Systems-Jament A O 'B rtew Seventh Edition Management Information •-* https://books.google.co.id/books/about/EBOOK_Management_Informatio_n_Systems_Glo.html?id=1IVvEAAAQBAJ
- Peraturan Menteri Agraria dan Tata Ruang/ Kepala Badan Pertanahan Nasional Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2025 tentang Rencana Strategis Kementerian Agraria Dan Tata Ruang/ Badan Pertanahan Nasional Tahun 2025 -2029, Pub. L. No. 12 (2025).
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah, Pub. L. No. 83, Kementerian PANRB (2012).
- Pemerintah Kabupaten Bekasi. (2024, November 23). *Kantor Pertanahan Kabupaten Bekasi raih penghargaan terbaik 1 pengelolaan media sosial: Inovasi digital dalam layanan pertanahan.* <https://www.bekasikab.go.id/hadirkan-edukasi-pertanahan-kantah-kabupaten-bekasi-raih-juara-i-pengelolaan-medsos-digikomfest>
- Phlanx.com. (2019). *Instagram Engagement Calculator*. Phlanx, Inc. Retrieved from <https://phlanx.com/engagement-calculator>
- Riyanti Rahma Tea Said, & Ardieansyah Ardieansyah. (2025). Instagram untuk Negeri: Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Akses Informasi Layanan Publik di Kecamatan Sirimau. *Jurnal Teknik Informatika Dan Teknologi Informasi*, 5(1), 352–369. doi: 10.55606/jutiti.v5i1.5320
- Safira, N. M. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Kota Administrasi Jakarta Barat. *Jurnal IPDN*, 1–11. Retrieved from <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/8472>
- Stair, R., & Reynolds, G. (2018). *Principles of Information Systems* (13th Edition). Boston: Cengage Learning.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukarno, M., Winarsih, A. S., Wijaya, H. H., & Cahyani, S. (2021). *JSPG: Journal of Social Politics and Governance Analisis Pelayanan Publik Berbasis Media Sosial (Studi Kasus Provinsi Jawa Tengah)*. 3(1).

- Undang-undang (UU) Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, Pub. L. No. 25 (2009).
- Utami, N. F., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). doi: 10.29313/bcspr.v2i2.3334
- Wicaksono, K. W. (2019). Transforming The Spirit Of New Public Service Into Public Management Reform In Indonesia. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 2(1), 1–12. doi: 10.24198/jmpp.v2i1.20190
- Wulan Sari, I. (2022). *Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Hendrar Prihadi Sebagai Upaya Meningkatkan Pelayanan Publik*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/360242999>
- Yuliani, F., Adriadi, R., & Safitra, L. (2020). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Wujud Inovasi Dalam Pelayanan Publik Oleh Ombudsman Ri Bengkulu. *JURNAL SOSIAL: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 21(1). doi: 10.33319/sos.v21i1.49