

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI
AKUN INSTAGRAM @KOTAJAKARTAPUSAT
TERHADAP CITRA PEMERINTAH**

Novella Spania Putri Anggraeni¹, Muhammad Al Assad Rohimakumullah²
Universitas Telkom Bandung^{1,2}
novellaas@student.telkomuniversity.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi akun *Instagram* @kotajakartapusat terhadap citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif bersifat survei dan jenis penelitian ini adalah kausalitas. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* sebanyak 99 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji T) terdapat pengaruh Kualitas Informasi (X) akun *Instagram* @kotajakartapusat terhadap Citra (Y) Pemerintah Kota Administrasi secara signifikan sebesar $t^{\text{hitung}} 9,382 \geq 1,985$ nilai t^{tabel} dan nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$, hal ini diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Simpulan penelitian bahwa pengaruh kualitas informasi akun *Instagram* @kotajakartapusat sangat baik terhadap citra pemerintah kota administrasi Jakarta pusat.

Kata Kunci: Citra, *Instagram*, Kualitas Informasi, Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of the information quality of the @kotajakartapusat Instagram account on the image of the Central Jakarta Administrative City Government. The research method uses quantitative survey methods and this type of research is causality. Sampling used a non-probability sampling method with purposive sampling of 99 respondents. The results showed that from the results of partial hypothesis testing (T test) there was a significant effect of Information Quality (X) Instagram account @kotajakartapusat on the City Administration City Government's Image (Y) significantly by tcount $9.382 \geq 1.985$ ttable value and significance value $0.000 \leq 0.05$, this means that H_0 is rejected and H_a is accepted. The conclusion of the study is that the influence of the information quality of the Instagram @kotajakartapusat account is very good on the image of the central Jakarta administrative city government..

Keywords: *Central Jakarta Administration City Government, Image, Information Quality, Instagram*

PENDAHULUAN

Pada era digitalisasi seperti ini tidak dipungkiri jika perkembangan teknologi semakin maju dan pesat, salah satunya terjadi pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Hadirnya internet sebagai media baru sangat berpengaruh besar dalam dimensi kehidupan manusia sehari-hari, karena melalui internet manusia dapat mengakses segala informasi yang dicari dengan mudah, cepat dan efisien. Manusia pada dasarnya merupakan makhluk sosial yang kerap berhubungan, bergantung dan saling berinteraksi dengan yang lain dikarenakan manusia tidak mampu hidup sendiri tanpa ada interaksi ataupun bantuan dari pihak lain (Effendy, 2003). Berdasarkan hasil data pada artikel “Digital 2021: *The Latest Insights Into The State of Digital*” yang diunggah di *website We Are Social dan Hootsuite* (Kompas.com, 2021), terdapat 202,6 juta orang atau mencapai 73,7% pengguna internet dari jumlah populasi di Indonesia per Januari 2021, sedangkan pengguna media sosial aktif terdapat 170 juta orang atau mencapai 61,8% dari jumlah populasi di Indonesia per Januari 2021. Indonesia merupakan negara dengan peringkat ke 9 dari 47 negara yang kecanduan media sosial, hal ini membuktikan bahwa pengguna internet ataupun media sosial di Indonesia cukup antusias atau tinggi. Generasi yang paling mendominasi atau penggunaan internet dan media sosial terbanyak adalah pada generasi Y dan Z yang usianya berkisar 18 - 45 tahun.

Pada instansi pemerintah praktisi humas sangat berperang penting yaitu sebagai jembatan penghubung antara instansi dengan

publik dalam mempertahankan serta meningkatkan citra dan reputasi instansi. Tanpa adanya peran humas yang baik maka proses komunikasi dan penyampaian informasi antara instansi kepada publik tidak dapat berjalan dengan lancar, hal ini dapat berdampak buruk bagi citra dan reputasi instansi di mata publik. Dalam hal kebijakan publik, humas memiliki salah satu kegiatan dalam pemerintahan yaitu menyampaikan informasi mengenai kebijakan pemerintahan yang dapat mempersuasi publik (Elvinaro, 2011).

Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat, yang dikenal dengan Kominfo Jakarta Pusat yang berperan sebagai humas Pemerintah Kota Administrasi Pusat Jakarta yaitu alat yang digunakan oleh Pemerintah Provinsi DKI untuk melaksanakan tugas pemerintahan umum dan melakukan beberapa tugas pemerintahan lainnya yang didelegasikan oleh Gubernur untuk menyampaikan informasi pemerintahan kepada publik.

Berbeda dengan akun *Instagram* Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistika Kota Jakarta lainnya, akun *Instagram* Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Kota Administrasi Jakarta Pusat memiliki ciri khas dalam menyajikan informasi yaitu, selain memberikan informasi kegiatan dan aktivitas pemerintah namun juga memberikan konten hiburan seperti kuis dengan sebutan #SabtuSeru, memberikan konten tips dengan sebutan “Tips Tipis” dan konten seputar pengetahuan mengenai sejarah bangunan dan nama jalanan di

wilayah Jakarta Pusat dengan sebutan #UdahTauBelum, dimana konten-konten tersebut belum ada dimanfaatkan oleh akun *Instagram* humas Jakarta lainnya. Hal ini dimanfaatkan dan dilakukan oleh akun @kotajakartapusat untuk memberikan pengetahuan, menciptakan interaksi, dan menjalin hubungan yang baik antara instansi dengan publik dalam meningkatkan citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat. Akun @kotajakartapusat juga cukup memanfaatkan media sosial *Instagram* dengan baik dan cermat, karena @kotajakartapusat dapat mengikuti dan memanfaatkan fitur-fitur tren yang disediakan *Instagram* dalam menyajikan informasi dan hiburan kepada publik (followers).

Citra positif di hadapan publik sangat penting dimiliki oleh instansi pemerintah. Sependapat dengan Elvinaro (2011) bahwa citra adalah suatu aset penting yang harus dimiliki oleh organisasi ataupun perusahaan. Melalui *platform* media sosial *Instagram*, instansi dapat melihat langsung respon dan opini yang diberikan oleh publik (followers) terhadap informasi yang disajikan @kominfortikjp. Opini yang sudah terbentuk oleh publik tersebut dapat menentukan citra terhadap Pemerintah Kota Administrasi Jakarta. Berdasarkan pernyataan tersebut, ada beberapa dimensi citra sebuah instansi; (1) Persepsi, didefinisikan sebagai pengamatan yang dihasilkan dari paparan unsur-unsur lingkungan dan kemudian dihubungkan pada proses pemahaman, yang berarti bahwa individu akan memaknai stimulus melalui pengalamannya terhadap stimulus tersebut. (2) Kognisi, didefinisikan sebagai kepercayaan

diri seseorang dalam kaitannya dengan suatu stimulus, dimana kepercayaan ini akan terlihat jika orang tersebut diberi cukup informasi yang lengkap untuk mempengaruhi perkembangan kognisinya. (3) Motivasi, didefinisikan sebagai sikap yang memunculkan tanggapan individu yang diinginkan berdasarkan pengalamannya. (4) Sikap, diartikan sebagai kecenderungan dalam melakukan tindakan, mempersepsi, berpikir, dan merasakan saat berhadapan dengan objek, ide, situasi, atau nilai (Soemirat, 2010).

Maka dari itu, akun *instagram* @kotajakartapusat yang dijadikan sebagai sarana penyebaran informasi kepada publik (followers) tentunya perlu memperhatikan kualitas informasi yang disajikan, dengan tujuan agar publik (followers) mendapatkan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan informasi yang ingin diketahuinya. Menurut Barnes (2005) informasi yang berkualitas mencakup hal-hal seperti informasi yang tepat, mendalam andal, terbaru, relevan dengan topik pembahasan, tidak sulit untuk dipahami dan rinci. Kualitas informasi dapat diukur melalui beberapa dimensi yakni; 1) *Intrinsic* (intrinsik), yaitu penelitian paling dasar yang terdapat di diri individu terhadap penggunaan suatu produk atau jasa dari instansi. 2) *Contextual* (kontekstual), yaitu arti isi informasi itu sendiri yang saling berkaitan sehingga tidak mempersulit proses penerimaan pada penggunaannya. 3) *Accessibility* (aksesibilitas), yaitu informasi yang dapat diperoleh ketika pengguna membutuhkannya. 4) *Representational* (penyajian), yaitu bentuk dari penyampaian informasi

kepada pengguna (Wang, 1996).

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram @kotajakartapusat Terhadap Citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat dengan menggunakan teori *Uses and Gratification* dari Blumer dan Katz (1974). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada responden yang telah mem-*follow* akun Instagram @kotajakartapusat, responden yang aktif dalam menggunakan media sosial Instagram, responden yang aktif di akun Instagram @kotajakartapusat. Adapun tujuan penelitian ini dilakukan untuk: (1). Mengetahui adakah pengaruh antara kualitas informasi akun Instagram @kotajakartapusat terhadap citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat. (2). Mengetahui seberapa besar pengaruh antara kualitas informasi akun Instagram @kotajakartapusat terhadap citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif bersifat survei dan jenis penelitian ini adalah kausalitas. Teknik analisis data pada penelitian ini yakni analisis deskriptif, hal tersebut bertujuan agar mempermudah peneliti dalam menjabarkan data yang sudah didapatkan. Sebelumnya peneliti telah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap pernyataan yang telah dibuat kepada 30 responden yang telah berpartisipasi terlebih dahulu pada penelitian ini. Seluruh

pernyataan yang telah disebarakan menunjukkan bahwa pernyataan tersebut dinyatakan valid karena di atas 0,361. Sedangkan pada uji reliabilitas pada variabel kualitas informasi mendapatkan *cronbach's alpha* sebesar 0,877 dan pada variabel citra mendapatkan *cronbach's alpha* sebesar 0,849. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada penelitian ini terbukti valid dan reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti memiliki kriteria responden dalam pengumpulan data yaitu responden laki- laki/perempuan berusia 18 tahun ke atas, aktif dalam bersosial media Instagram, mem-*follow* akun Instagram @kotajakartapusat, dan melakukan aktivitas pada akun Instagram @kotajakartapusat. Peneliti Menyusun 20 item pernyataan dalam kedua variabel (X) kualitas informasi dan variabel (Y) citra dimana pada kedua variabel tersebut mendapatkan garis kontinum yang tinggi atau baik.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan pada penelitian guna menguji setiap variabel yang digunakan apakah berdistribusi normal atau tidak. Tentunya jika variabel tidak terdistribusi dengan normal, maka hasilnya akan terjadi penyusutan (Ghozali, 2018). Uji normalitas pada penelitian ini dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka data berdistribusi normal, namun jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas

pada gambar 1.2 dibawah dapat diketahui bahwa data yang diperoleh dapat digunakan, hal ini dikarenakan variabel residu berdistribusi normal pada nilai $0,200 > 0,05$.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.65942697
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.044
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 1. 2 Uji Normalitas (Sumber: Data Penulis)

Uji Regresi Linear Sederhana

Pada hasil pengolahan data yang dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa nilai konstanta a bertanda positif dengan nilai sebesar 6,473, hal ini menyatakan bahwa variabel kualitas informasi tidak ada perubahan. Sedangkan koefisien regresi b pada variabel citra bertanda positif dengan nilai sebesar 0,754, dalam hal ini memiliki arti apabila nilai X (kualitas informasi) meningkat sebesar 1% maka nilai Y (citra) akan meningkat sebesar 0,754 kali. Sehingga dapat dikatakan koefisien regresi tersebut memiliki pengaruh antara variabel X (kualitas informasi) terhadap variabel Y (citra) yang positif.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1.	(Constant)	6.473	2.749			2.355	.021
	Kualitas Informasi	.754	.080	.690		9.382	.000

a. Dependent Variable: Citra

Gambar 1. 3 Uji Regresi Linear Sederhana (Sumber: Data Penulis)

Uji Koefisien Korelasi

Merujuk pada hasil perhitungan korelasi yang telah didapatkan peneliti pada gambar 1.4 dibawah, maka dapat diperoleh hasil koefisiensi korelasi sebesar 0,690 yang memiliki arti bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara variabel X (kualitas informasi) dengan variabel Y (citra).

Correlations

		Kualitas Informasi	Citra
Kualitas Informasi	Pearson Correlation	1	.690**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Citra	Pearson Correlation	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 1. 4 Uji Koefisien Korelasi (Sumber: Data Penulis)

Uji Koefisien Determinasi

Peneliti melakukan uji koefisien korelasi untuk mengetahui kualitas keterkaitan antar dua variabel. Pada penelitian ini peneliti menguji keterkaitan antara variabel kualitas informasi dan variabel citra.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.413 ^a	.171	.162	3.36165

a. Predictors: (Constant), Accessibility

Gambar 1. 5 Uji Koefisien Determinasi Intrinsic Terhadap Citra (Sumber: Data Penulis)

Merujuk pada gambar 1.5 diatas, dapat diketahui nilai koefisien R Square (R^2) antara *intrinsic* terhadap citra adalah sebesar 0,310 atau 31%. Sehingga dari hasil yang ditemukan dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh dimensi *intrinsic* terhadap citra adalah sebesar 31%. Jika dilihat berdasarkan skala Guilford,

maka hubungan antara *intrinsic* terhadap citra termasuk dalam kategori rendah.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.616 ^a	.380	.373	2.90735

a. Predictors: (Constant), Contextual

Gambar 1. 6 Uji Koefisien Determinasi Contextual Terhadap Citra (Sumber: Data Penulis)

Merujuk pada tabel 4.15 diatas, dapat diketahui nilai koefisien R Square (R^2) antara *contextual* terhadap citra adalah sebesar 0,380 atau 38%. Sehingga dari hasil yang ditemukan dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh dimensi *contextual* terhadap citra adalah sebesar 38%. Jika dilihat berdasarkan skala Guilford, maka hubungan antara *contextual* terhadap citra termasuk dalam kategori rendah.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.413 ^a	.171	.162	3.30165

a. Predictors: (Constant), Accessibility

Gambar 1. 7 Uji Koefisien Determinasi Accessibility Terhadap Citra (Sumber: Data Penulis)

Merujuk pada tabel 4.16 diatas, dapat diketahui nilai koefisien R Square (R^2) antara *accessibility* terhadap citra adalah sebesar 0,171 atau 17,1%. Sehingga dari hasil yang ditemukan dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh dimensi *accessibility* terhadap citra adalah sebesar 17,1%. Jika dilihat berdasarkan skala Guilford, maka hubungan antara *accessibility* terhadap citra termasuk dalam kategori sangat rendah.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.484 ^a	.234	.226	3.23050

a. Predictors: (Constant), Representational

Gambar 1. 8 Uji Koefisien Determinasi Representational Terhadap Citra (Sumber: Data Penulis)

Merujuk pada tabel 4.17 diatas, dapat diketahui nilai koefisien R Square (R^2) antara *representational* terhadap citra adalah sebesar 0,234 atau 23,4%. Sehingga dari hasil yang ditemukan dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh dimensi *representational* terhadap citra adalah sebesar 23,4%. Jika dilihat berdasarkan skala Guilford, maka hubungan antara *representational* terhadap citra termasuk dalam kategori rendah.

Uji Hipotesis

Peneliti melakukan uji hipotesis guna mengetahui seberapa pengaruh variabel X (kualitas informasi) terhadap variabel Y (citra). Untuk melakukan uji hipotesis, peneliti melakukan uji hipotesis secara parsial dan simultan.

Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6.473	2.748		2.355	.021
	Kualitas Informasi	.754	.890	.890	0.862	.390

a. Dependent Variable: Citra

Gambar 1. 9 Uji T (Sumber: Data Penulis)

Berdasarkan dari hasil pengujian data yang telah dilakukan peneliti dalam penelitian ini mengenai pengaruh kualitas informasi akun Instagram @kotajakartapusat terhadap citra

Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat didapatkan nilai t^{hitung} sebesar 9,382 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Jika dilihat dari rujukan berdasarkan nilai signifikansi $\leq 0,05$ dan nilai $t^{\text{hitung}} \geq \text{nilai } t^{\text{tabel}}$, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini memiliki nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$ dan nilai $t^{\text{hitung}} 9,382 \geq 1,985$ nilai t^{tabel} . Hal ini diartikan H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga terdapat pengaruh Kualitas Informasi akun Instagram @kotajakartapusat secara signifikan terhadap Citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat.

Uji F (Stimultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	428.910	1	428.910	88.015	.000 ^b
	Residual	493.110	97	7.145		
	Total	1322.020	98			

a. Dependent Variable: Citra
b. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi

Gambar 1. 10 Uji F
(Sumber: Data Penulis)

Berdasarkan dari hasil pengujian data yang telah dilakukan peneliti dalam penelitian ini mengenai pengaruh kualitas informasi akun Instagram @kotajakartapusat terhadap citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat didapatkan nilai f^{hitung} sebesar 88,015 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Jika dilihat dari rujukan berdasarkan nilai signifikansi $\leq 0,05$ dan nilai $f^{\text{hitung}} \geq \text{nilai } f^{\text{tabel}}$, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini memiliki nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$ dan nilai $f^{\text{hitung}} 88,015 \geq 3,09$ nilai f^{tabel} . Hal ini diartikan bahwa model regresi dapat dipakai atau terdapat pengaruh antara variabel X (kualitas informasi) terhadap variabel Y (citra).

PEMBAHASAN.

Pengaruh Dimensi *Intrinsic* Terhadap Citra

Peneliti telah melakukan uji koefisien determinasi mengenai dimensi *intrinsic* terhadap citra, karena peneliti ingin menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara dimensi *intrinsic* pada variabel kualitas informasi terhadap citra. Berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel kualitas informasi pada akun Instagram @kotajakartapusat yang terdiri dari empat dimensi yaitu: *intrinsic*, *contextual*, *accessibility*, dan *representational*, dimensi *intrinsic* memiliki nilai rata-rata sebesar 89,3% dengan kategori sangat tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa dimensi *intrinsic* memiliki pengaruh terhadap citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat melalui penyajian informasi yang berkualitas melalui akun Instagram @kotajakartapusat, akun Instagram @kotajakartapusat sudah memberikan pemahaman dasar kepada *followers* melalui informasi-informasi yang telah disajikan, hal ini dapat dilihat dari hasil survei yang telah dilakukan peneliti dalam bentuk kuesioner.

Adanya pemahaman dasar dari informasi berkualitas yang disajikan pada akun Instagram @kotajakartapusat, memudahkan para *followers* dalam menggunakan dan memuaskan kebutuhan informasinya, secara tidak langsung hal tersebut dapat memengaruhi citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat. Sejalan dengan Frank Jenkins dalam Elvinaro (2018) bahwa citra merupakan kesan yang diperoleh dari seseorang atau individu mengenai sesuatu hal yang muncul berdasarkan pengetahuan

dan pengalamannya berdasarkan fakta.

Pengaruh Dimensi *Contextual* Terhadap Citra

Peneliti telah melakukan uji koefisien determinasi mengenai dimensi *contextual* terhadap citra, karena peneliti ingin menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara dimensi *contextual* pada variabel kualitas informasi terhadap citra. Berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel kualitas informasi pada akun Instagram @kotajakartapusat yang terdiri dari empat dimensi yaitu: *intrinsic*, *contextual*, *accessibility*, dan *representational*, dimensi *contextual* memiliki nilai rata-rata sebesar 82,6% dengan kategori sangat tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa dimensi *contextual* memiliki pengaruh terhadap citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat melalui penyajian informasi yang berkualitas melalui akun Instagram @kotajakartapusat.

Berdasarkan pengujian dimensi *contextual* pada kualitas informasi akun Instagram @kotajakartapusat, akun @kotajakartapusat sudah mampu memberikan informasi yang mudah dimengerti dan bermanfaat bagi penggunanya melalui penggunaan gambar, tulisan, dan bahasa yang baik serta mudah diterima. Sehingga dengan adanya konten informasi yang berkualitas akan memengaruhi terhadap citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat, karena *followers* dapat mengerti dan merasa puas terhadap informasi pada akun Instagram @kotajakartapusat. Sejalan dengan *teori uses and gratification* dimana model teori ini

memandang khalayak sebagai audiens yang aktif dalam menggunakan media sebagai bentuk atau motif tertentu (Rachmat, 2008).

Pengaruh Dimensi *Accessibility* Terhadap Citra

Peneliti telah melakukan uji koefisien determinasi mengenai dimensi *accessibility* terhadap citra, karena peneliti ingin menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara dimensi *accessibility* pada variabel kualitas informasi terhadap citra. Berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel kualitas informasi pada akun Instagram @kotajakartapusat yang terdiri dari empat dimensi yaitu: *intrinsic*, *contextual*, *accessibility*, dan *representational*, dimensi *accessibility* memiliki nilai rata-rata sebesar 82,2% dengan kategori sangat tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa dimensi *accessibility* memiliki pengaruh terhadap citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat melalui penyajian informasi yang berkualitas melalui akun Instagram @kotajakartapusat.

Pada saat menyajikan informasi yang berkualitas tentunya akun Instagram @kotajakartapusat harus memberikan kemudahan dalam mengakses maupun mencari informasi, dalam hal ini tentunya akan membuat *followers* akan terus-menerus menggunakan informasi yang ada pada akun Instagram @kotajakartapusat sebagai pemenuhan kebutuhan informasinya.

Berdasarkan pengujian dimensi *accessibility* pada kualitas informasi akun Instagram @kotajakartapusat, akun @kotajakartapusat memberikan kemudahan dalam mengakses dan

mencari informasi terbaru. Selain itu, dibuktikan dengan hasil survei yang menunjukkan bahwa akun Instagram @kotajakartapusat telah memberikan kemudahan kepada *followers* dalam mengakses dan mencari informasi.

Pengaruh Dimensi Representational Terhadap Citra

Peneliti telah melakukan uji koefisien determinasi mengenai dimensi *representational* terhadap citra, karena peneliti ingin menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara dimensi *representational* pada variabel kualitas informasi terhadap citra. Berdasarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai variabel kualitas informasi pada akun Instagram @kotajakartapusat yang terdiri dari empat dimensi yaitu: *intrinsic*, *contextual*, *accessibility*, dan *representational*, dimensi *representational* memiliki nilai rata-rata sebesar 89,4% dengan kategori sangat tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa dimensi *representational* memiliki pengaruh terhadap citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat melalui penyajian informasi yang berkualitas melalui akun Instagram @kotajakartapusat.

Berdasarkan pengujian dimensi *representational* pada kualitas informasi akun Instagram @kotajakartapusat, dikatakan akun @kotajakartapusat sudah mampu memberikan informasi yang dapat memberikan informasi yang berkualitas dengan kemudahan untuk dipahami, kemampun dalam menginterpretasi, keringkasan, dan konsisten penyajian berdasarkan survei yang telah peneliti lakukan melalui kuesioner. Sejalan dengan konsep citra menurut Sutorjo (2004)

dimana citra merupakan sebuah persepsi publik terhadap jati diri perusahaan yang didasari dari apa yang mereka ketahui mengenai perusahaan atau organisasi tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel X (Kualitas Informasi) akun Instagram @kotajakartapusat terhadap variabel Y (Citra) Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa secara keseluruhan dimensi variabel X (Kualitas Informasi) mempengaruhi variabel Y (Citra). Namun tidak memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap citra Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Pusat.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, S., & Vidgen, R. (2005). Data Triangulation in Action: Using Comment Analysis to Refine Web Quality Metrics. *Proceedings of The 13 Th European Conference on Information Systems*. 92-103.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung
- Elvinaro, A. (2011). *Handbook of Public Relations (Pengantar Komprehensif)*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung
- Elvinaro, A. (2018). *Handbook of Public Relations (Pengantar Komprehensif)*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Banten

- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika. Banten
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Massa: Individu Hingga Massa*. Kencana.
- Nurudin. (2019). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta
- Rachmat, K. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi (disertai Contoh Praktis Riset Media Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran)*. Kencana Prenadamedia Group. Jakarta
- Rosady, R. (2016). *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Soemirat, S., & Elvinaro, A. (2010). *Dasar-Dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sutojo, S. (2004). *Membangun Citra Perusahaan*. Damar Mulia Pustaka. Jakarta
- Wang, R. Y., & Strong, D. M. (1996). Beyond Accuracy: What Data Quality Means to Data Consumers. M.E. Sharpe. Inc. *Journal of Management Information Systems*. 12(4). 5–33.
<http://www.jstor.org/stable/40398176>