

Tersedia Online di <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JMPKP>
ISSN Print : [2685-7499](http://dx.doi.org/10.26857/2685-7499) ISSN Online : [2745-8660](http://dx.doi.org/10.26857/2745-8660)

Pengaruh Kualitas Layanan Informasi Terhadap Indeks Keterlibatan Publik pada Instagram Pemerintah Daerah di Wilayah Priangan Timur Jawa Barat

Ilmi Hilyatin Nisa, Muhibudin Wijaya Laksana, Hilma Mutiara Winata

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Jl. A.H. Nasution No. 105, Cipadung, Kec. Cibiru Kota Bandung, Jawa Barat 40614
ilmihlytn.nisa@gmail.com*, muhibudinwijayalaksana@uinsgd.ac.id,
hilmamutiarawinata@uinsgd.ac.id

Article History:

Received	: 28/04/2026
Received in revised form	: 13/04/2026
Accepted	: 22/09/2026

Abstract: This study aims to analyze the effect of information service quality on the Public Engagement Index (Social Engagement Index/SEI) of local government Instagram accounts in the East Priangan region of West Java. The study employed a quantitative explanatory approach with a regional aggregate unit of analysis. Data on service quality were collected through a questionnaire administered to 150 respondents selected using a stratified random sampling technique, while SEI data were obtained through social media data extraction from local government Instagram account activities. The analysis was conducted using robust Theil Sen regression and complemented by Kendall's tau correlation test. The results indicate that information service quality has a positive and significant effect on the public engagement index. Regions with higher service quality tend to exhibit higher SEI values. These findings confirm that improving the quality of information services is a crucial strategy for enhancing the effectiveness of local government public communication through social media.

Keywords: Quality of Information Services; Public Engagement Index; Local Government Instagram; Data Scraping.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan informasi terhadap Indeks Keterlibatan Publik (*Social Engagement Index/SEI*) pada akun Instagram pemerintah daerah di wilayah Priangan Timur, Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode explanatory dan unit analisis agregat wilayah. Data kualitas layanan diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 150 responden yang dipilih menggunakan teknik stratified random sampling, sedangkan data SEI diperoleh melalui ekstraksi data media sosial, yaitu proses pengumpulan data secara otomatis terhadap metrik keterlibatan seperti jumlah suka, komentar, dan bagikan dari akun Instagram. Analisis data dilakukan menggunakan regresi Theil Sen yang robust dan diperkuat dengan uji korelasi Kendall's tau. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeks keterlibatan publik. Wilayah dengan kualitas layanan yang lebih tinggi cenderung memiliki nilai SEI yang lebih tinggi. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan informasi merupakan strategi penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik pemerintah daerah melalui media sosial.

Kata kunci: Kualitas Layanan Informasi; Indeks Keterlibatan Publik; Instagram Pemerintah Daerah; Ekstraksi Data

PENDAHULUAN

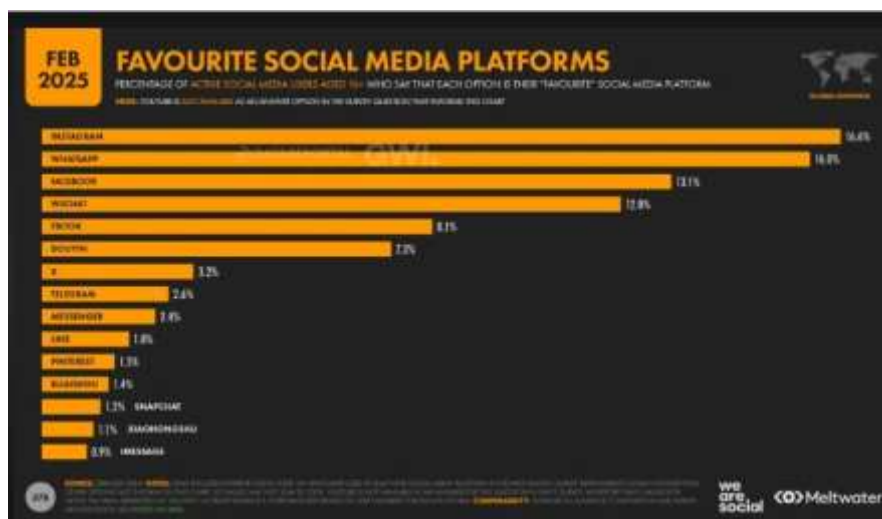
Kualitas layanan publik khususnya dalam kerangka transformasi digital menempati posisi sentral dalam efektivitas penyelenggaraan pemerintahan yang menuntut keterbukaan, akuntabilitas, dan responsivitas (Arifin, 2025), di mana keterlibatan publik menjadi komponen utama penjaga transparansi (Raba, 2020). Pengelolaan komunikasi media sosial resmi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika diregulasi melalui Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 4 Tahun 2024 serta Peraturan Menteri PANRB Nomor 83 Tahun 2012 untuk menjamin kredibilitas, integritas, dan keterbukaan informasi publik (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2024; Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, 2012).

Mutu layanan informasi (kejelasan, ketepatan waktu, akurasi, dan responsivitas) berperan penting dalam mendorong partisipasi aktif masyarakat (Bonsón & Ratkai, 2013; Ulum & Suryani, 2021). Di Indonesia, transparansi pesan terbukti meningkatkan citizen engagement (Ernungtyas & Boer, 2023). Namun, praktik di lapangan seperti pada Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran masih terkendala keterbatasan SDM, komunikasi satu arah, serta rendahnya responsivitas (Novianti et al., 2020), di samping hambatan birokrasi dan lemahnya perencanaan komunikasi digital (Maulvi et al., 2023).

Aspek kejelasan, interaktivitas, kredibilitas, dan aksesibilitas media digital terbukti berpengaruh signifikan sebagai instrumen pembangun partisipasi publik terhadap program pemerintah daerah (Hidayat, 2026). Selain itu, meski digitalisasi meningkatkan efisiensi dan memperkuat hubungan sosial-pemerintah, penerapannya masih dihadapkan pada kesenjangan akses dan literasi digital, sehingga keberhasilannya memerlukan penyediaan akses yang inklusif (Irhab & Fauziah, 2026).

Untuk menjembatani ruang kosong dalam literatur terdahulu yang belum menguji hubungan tersebut secara spesifik melalui indikator kuantitatif, penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas layanan informasi terhadap Indeks Keterlibatan Publik (Social Engagement Index/SEI). Indeks ini mengukur tingkat interaksi masyarakat melalui dimensi popularitas, komitmen, dan viralitas berbasis frekuensi likes, komentar, serta shares (Bonsón & Ratkai, 2013), yang

dipengaruhi langsung oleh mutu layanan informasi pemerintah (Irawan et al., 2025).



Gambar 1. Favourite Social Media Platforms Februari 2025

Sumber: Hootsuite (We are Social) Indonesian Digital Report (2025)

Instagram menempati posisi teratas sebagai platform media sosial terpopuler di Indonesia per Februari 2025 (Data Reportal et al., 2025). Karakteristik visual-interaktif serta fitur distribusinya menjadikan platform ini medium strategis bagi penyampaian kebijakan dan layanan pemerintah secara partisipatif.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif berbasis data sekunder Instagram untuk mengukur Indeks Keterlibatan Publik melalui dimensi popularitas, komitmen, dan viralitas (*like*, komentar, dan *share*) selama periode 28 Juni–22 Oktober 2025 guna menghindari bias musiman. Wilayah Priangan Timur dipilih sebagai lokus penelitian karena kompleksitas birokrasi dan variasi kinerja layanan informasinya (Arifin, 2025; Irawan et al., 2025).

Berdasarkan kajian teoretis dan empiris yang telah dipaparkan, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut, H1: Kualitas layanan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Indeks Keterlibatan Publik pada akun Instagram pemerintah daerah di Wilayah Priangan Timur, Jawa Barat.

METODE

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan informasi terhadap

Indeks Keterlibatan Publik atau *Social Engagement Index (SEI)* pada akun Instagram pemerintah daerah di Wilayah Priangan Timur, Jawa Barat. Unit analisis penelitian berada pada tingkat wilayah administratif kabupaten/kota, sehingga seluruh variabel dianalisis dalam bentuk data agregat.

Hubungan antarvariabel diuji menggunakan regresi robust Theil–Sen dengan bantuan perangkat lunak R Studio (Sinsomboonthong et al., 2025) Metode ini dipilih karena jumlah unit observasi relatif terbatas, yaitu lima wilayah, serta karakteristik data keterlibatan media sosial yang fluktuatif dan berpotensi mengandung nilai ekstrem. Dibandingkan dengan regresi linier klasik, Theil–Sen menghasilkan estimasi koefisien yang lebih stabil dan tidak sensitif terhadap pencilan, sehingga sesuai untuk analisis komunikasi publik berbasis media sosial.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian mencakup dua populasi, yaitu populasi individu dan populasi akun media sosial pemerintah daerah. Populasi individu terdiri atas pengguna Instagram yang mengikuti akun resmi pemerintah daerah di wilayah Tatar Priangan Timur serta pernah mengakses dan berinteraksi dengan informasi layanan publik yang disampaikan melalui media sosial tersebut. Populasi akun meliputi akun Instagram resmi pemerintah daerah pada tingkat kabupaten/kota yang aktif menyampaikan konten pelayanan publik. Pemilihan akun pemerintah daerah didasarkan pada tingkat aktivitas unggahan, konsistensi penyampaian informasi publik, serta keterbukaan interaksi dengan Masyarakat (Umma&Ahmad, 2025).

Tabel 1. Populasi akun media sosial Instagram

No	Wilayah Administratif	Akun Instagram Resmi	Populasi Akun	Jumlah Responden
1	Kabupaten Tasikamalaya	@pembkabsatik	Akun Pemda	30
2	Kota Tasikmalaya	@kominfo_pemkot_ts m	Akun Pemda	30
3	Kabupaten Garut	@pembkab.garut	Akun Pemda	30
4	Kota Banjar	@humas.banjar	Akun Oemda	30
5	Kapubaten Ciamis	@pembkab_ciamis	Akun Pemda	30
Total			5 Akun	150 responden

Sumber : Daftar Akun Instagram Pemerintah Daerah Tatar Priangan Timur, 2025

Wilayah administratif diperlakukan sebagai strata dalam proses pengambilan sampel responden. Teknik yang digunakan adalah stratified random sampling, dengan jumlah total responden sebanyak 150 orang yang didistribusikan secara proporsional ke dalam lima wilayah, masing-masing sebanyak 30 responden. Penentuan ukuran tersebut mengacu pada praktik penelitian ilmu sosial yang memandang jumlah minimal 30 responden per kelompok sebagai batas bawah yang memadai untuk analisis statistik inferensial (Creswell, J. W., & Creswell, 2018) Seluruh akun tersebut digunakan sebagai sumber data sekunder dalam perhitungan nilai *SEI* yang kemudian diagregasikan pada tingkat wilayah.

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer berupa kuesioner daring dan data sekunder berupa hasil ekstraksi data. Akun Instagram pemerintah daerah. Variabel independen, yaitu kualitas layanan informasi (X), diperoleh dari persepsi responden melalui kuesioner, sedangkan variabel dependen, yaitu Indeks Keterlibatan Publik (Y), dihitung dari metrik interaksi digital akun pemerintah yang kemudian diagregasikan pada tingkat wilayah administratif. Variabel Dependen (Y) dihitung menggunakan rumus *Social Engagement Index* (Bonsón & Ratkai, 2013) yang diagregasikan per wilayah:

$$\begin{aligned}\text{Popularitas (P): } & \frac{\text{Total Likes}}{\text{Total Posts}} \\ \text{Komitmen (C): } & \frac{\text{Total Comments}}{\text{Total Posts}} \\ \text{Viralitas (V): } & \frac{\text{Total Shares} + \text{Saves}}{\text{Total Posts}} \\ \text{Indeks SEI: } & P + C + V\end{aligned}$$

Penyusunan dan finalisasi instrumen penelitian dilaksanakan pada 19 Juli 2025 melalui proses penyesuaian indikator kualitas layanan informasi dengan konteks komunikasi media sosial pemerintah daerah. Selanjutnya, kuesioner disebarkan secara daring mulai 3 Agustus 2025 kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Seluruh data yang masuk diverifikasi, dibersihkan, dan diseleksi untuk memastikan kelengkapan serta konsistensi jawaban, kemudian dikumpulkan serta diagregasikan secara final pada 27 November 2025 sebelum dilakukan analisis statistik.

Tabel 2. Instrumen Penelitian dan Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sumber Data	Dimensi	Indikator Pengukuran	Skala
Kualitas Layanan Informasi (X) (Barnes&Vidgen, 2002; DeLone&McLean, 2003; Floropoulos et al., 2010; Hansiden, 2024; Zeithaml et al., 2002)	Kuesioner daring kepada 150 responden	Kelengkapan Informasi	Informasi mencakup kebutuhan publik	Likert
		Akurasi dan Keterkinian	Informasi tepat dan mutakhir	Likert
		Kemudahan Dipahami	Bahasa jelas dan mudah dimengerti	Likert
		Relevansi Informasi	Sesuai kebutuhan masyarakat	Likert
		Format Penyajian	Visual dan tata letak informatif	Likert
		Kredibilitas Sumber	Sumber resmi pemerintah daerah	Likert
		Keterbukaan Informasi	Informasi transparan	Likert
		Kesesuaian Regulasi	Sesuai peraturan perundang-undangan	Likert
		Keamanan Akses	Data pengguna terlindungi	Likert
		Kemudahan Akses	Mudah ditemukan dan diakses	Likert
Indeks Keterlibatan Publik (Y) (Bonsón&Ratkai, 2013)	Crawling akun Instagram pemerintah daerah	Popularitas	Rata-rata jumlah likes per unggahan	Rasio
		Komitmen	Rata-rata jumlah komentar per unggahan	Rasio
		Viralitas	Rata-rata jumlah shares dan saves	Rasio
		Indeks SEI	Nilai agregat dari seluruh indikator	Rasio

Sumber : Diolah peneliti dari Barnes&Vidgen (2002); DeLone&McLean (2003); Floropoulos et al. (2010); Hansiden (2024); Zeithaml et al. (2002); Bonsón&Ratkai (2013)

Prosedur Crawling Data Instagram

Pengumpulan data sekunder (variabel Y) dilakukan melalui proses crawling akun Instagram resmi pemerintah daerah menggunakan pustaka Python Instaloader versi 4.10 yang berjalan pada lingkungan sistem operasi Windows 11.

Periode crawling dilaksanakan sejak 28 Juni 2025 hingga 22 Oktober 2025 (± 17 minggu) untuk menghindari bias musiman dan fluktuasi jangka pendek. Data yang dikumpulkan meliputi jumlah likes, komentar, dan shares/saves per unggahan. Proses pembersihan data mencakup penghapusan konten duplikat, unggahan yang dihapus akun, serta konten promosi berbayar yang diidentifikasi melalui penanda #ad atau #sponsored. Keaslian interaksi diverifikasi dengan membandingkan tren pertumbuhan pengikut dengan rata-rata keterlibatan mingguan untuk mendeteksi anomali yang mengindikasikan interaksi tidak organik.

Justifikasi penggunaan $n=5$ unit wilayah: Penelitian ini menggunakan unit analisis agregat wilayah administratif, bukan unit individu. Metode regresi Theil-Sen dipilih secara spesifik karena keandalannya pada ukuran sampel kecil ($n < 10$) dan ketahanannya terhadap pencilan (Sinsomboonthong et al., 2025). Meskipun demikian, peneliti mengakui bahwa $n=5$ merupakan keterbatasan yang mempengaruhi kekuatan generalisasi, sebagaimana dibahas pada bagian Keterbatasan Penelitian.

Prosedur Pengumpulan Data dan Agregasi Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui dua jenis sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer (variabel X) diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring kepada 150 responden yang tersebar di lima wilayah administratif. Sebelum digunakan dalam pengumpulan data inti, instrumen kuesioner telah melalui uji coba (*pilot test*) untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Skor kualitas layanan informasi dihitung untuk setiap responden berdasarkan rata-rata jawaban dari 10 indikator dengan skala Likert 1–5. Data individu kemudian diagregasikan ke tingkat wilayah menggunakan rumus rata-rata hitung:

$$\bar{X}_{wilayah} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Di mana $n=30$ responden per wilayah. Sebelum digunakan, instrumen telah melalui uji validitas dan reliabilitas (Cronbach's Alpha $> 0,70$).

Sementara itu, data sekunder (variabel Y) diperoleh melalui proses ekstraksi data dari akun Instagram pemerintah daerah. Prosedur *crawling* data dilakukan

menggunakan teknik *web scraping* melalui pustaka *Instaloader* pada bahasa pemrograman R. Periode pengambilan data ditetapkan selama 4 bulan, yakni dari 28 Juni 2025 hingga 22 Oktober 2025. Prosedur ini mencakup pengambilan seluruh unggahan (*posts*) yang dipublikasikan oleh akun resmi lima pemerintah daerah di Priangan Timur selama rentang waktu tersebut untuk mengekstraksi metrik interaksi (*likes*, *shares*, dan *saves*) (Bonsón&Ratkai, 2013).

Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan R Studio sebagai perangkat lunak statistik utama. Tahapan analisis meliputi statistik deskriptif untuk menggambarkan distribusi skor kualitas layanan informasi dan nilai *Social Engagement Index (SEI)* pada masing-masing wilayah administratif. Statistik ini digunakan untuk memberikan gambaran awal mengenai variasi antarwilayah serta pola keterkaitan antara kedua variabel penelitian.

Untuk menguji hubungan antara kualitas layanan informasi dan indeks keterlibatan publik, dilakukan menggunakan regresi robust Theil–Sen. Metode ini dipilih karena jumlah unit observasi pada tingkat analisis agregat relatif terbatas, yaitu lima wilayah administratif, serta karakteristik data yang berpotensi tidak memenuhi asumsi regresi linier klasik, khususnya normalitas residual dan homoskedastisitas. Pemilihan metode ini didasarkan pada keunggulan estimator Theil–Sen yang memiliki efisiensi tinggi pada sampel kecil dan ketangguhan terhadap pencilan (*outliers*) dibandingkan regresi kuadrat terkecil atau *Ordinary Least Squares* (Wilcox, 2017).

Secara matematis, sebagaimana dikembangkan oleh Sen, estimasi kemiringan garis (β) ditentukan dengan menghitung median dari seluruh pasangan kemiringan titik data melalui rumus:

$$m_{ij} = \frac{y_j - y_i}{x_j - x_i}$$

Di mana m_{ij} adalah kemiringan untuk setiap pasangan titik data (i, j) dengan $1 \leq i < j \leq n$. Nilai kemiringan akhir (β) diperoleh dari:

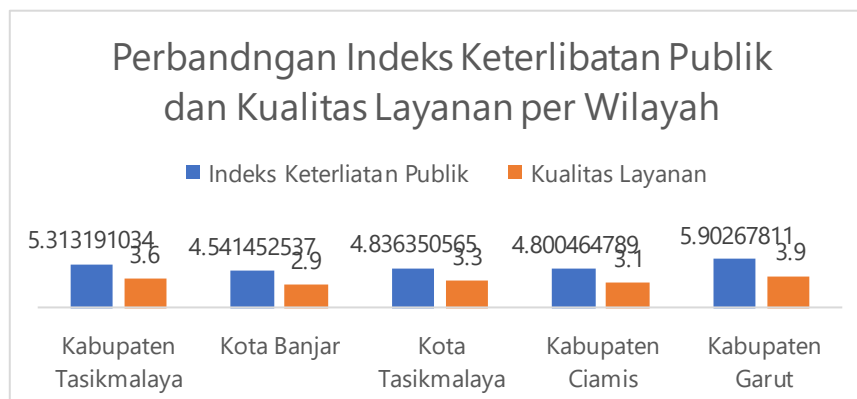
$$\hat{\beta} = \text{median}\{m_{ij}\}$$

Sedangkan nilai intersep (α) ditentukan melalui median dari selisih nilai aktual dengan hasil estimasi variabel:

$$\hat{\alpha} = \text{median}\{y_i - \hat{\beta}x_i\}$$

Berdasarkan pertimbangan bahwa variabel kualitas layanan informasi berasal dari data kuesioner, sedangkan *Social Engagement Index* (SEI) merupakan indeks berbasis aktivitas digital, pendekatan ini menjadi sangat relevan karena sifatnya yang non-parametrik dan adaptif terhadap kondisi data tersebut.

Hasil analisis selanjutnya diinterpretasikan dengan mengaitkan temuan empiris pada teori komunikasi publik serta dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu yang relevan dalam konteks keterlibatan masyarakat pada media sosial pemerintah daerah.



Gambar 2. Perbandingan Indeks Keterlibatan Publik dan Kualitas Layanan Informasi per Wilayah

Data menunjukkan adanya variasi tingkat Indeks Keterlibatan Publik (*Social Engagement Index/SEI*) dan kualitas layanan informasi antarwilayah di Tatar Priangan Timur. Kabupaten Garut menempati posisi tertinggi dengan nilai *SEI* sebesar 5,90 serta rata-rata kualitas layanan informasi sebesar 3,9. Hal ini mengindikasikan bahwa wilayah tersebut tidak hanya memiliki kualitas layanan informasi yang relatif baik, tetapi juga berhasil mendorong keterlibatan publik yang lebih tinggi pada akun Instagram pemerintah daerah.

Sebaliknya, Kota Banjar menunjukkan nilai terendah baik pada *SEI* sebesar 4,54 maupun kualitas layanan informasi sebesar 2,9. Kondisi ini mengisyaratkan bahwa persepsi masyarakat terhadap mutu layanan informasi di wilayah tersebut

relatif lebih rendah dibandingkan wilayah lain, yang berimplikasi pada tingkat keterlibatan publik yang juga lebih terbatas.

Kabupaten Tasikmalaya berada pada posisi di bawah Kabupaten Garut dengan nilai *SEI* sebesar 5,31 dan kualitas layanan informasi rata-rata sebesar 3,6. Sementara itu, Kota Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis menunjukkan angka yang berdekatan, dengan nilai *SEI* masing-masing sebesar 4,84 dan 4,80, serta kualitas layanan informasi sebesar 3,3 dan 3,1. Kedua wilayah ini memperlihatkan pola yang konsisten, yaitu tingkat kualitas layanan informasi yang moderat diikuti oleh tingkat keterlibatan publik yang setara

Secara keseluruhan, pola persebaran data ini memperlihatkan hubungan linear yang positif: wilayah dengan nilai kualitas layanan informasi yang lebih tinggi secara sistematis memiliki nilai *SEI* yang lebih besar. Secara statistik, konsistensi kemiringan (*slope*) dari titik-titik observasi ini mengonfirmasi hasil estimasi Theil–Sen bahwa kualitas layanan informasi publik berasosiasi positif dan signifikan dengan tingkat keterlibatan masyarakat pada media sosial pemerintah daerah.



Gambar 3. Hubungan Kualitas Layanan Informasi dan Indeks Keterlibatan Publik per Wilayah

Pola visual pada grafik sebar memperlihatkan hubungan yang konsisten dan hampir monotonik antara kualitas layanan informasi dan *Social Engagement Index (SEI)* pada tingkat wilayah administratif. Seluruh titik observasi membentuk kecenderungan meningkat dari kiri bawah ke kanan atas, yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan informasi secara sistematis diikuti oleh kenaikan tingkat keterlibatan publik. Hubungan yang stabil ini secara matematis dijelaskan melalui estimator Theil–Sen, di mana kemiringan garis regresi ditentukan oleh nilai median dari seluruh pasangan titik observasi. Sebagaimana ditegaskan oleh Sen (Sinsomboonthong et al., 2025), pendekatan ini memastikan

bahwa pola linear yang terbentuk tetap konsisten dan tidak terdistorsi oleh fluktuasi data yang ekstrem atau faktor acak, sehingga memperkuat bukti adanya hubungan struktural yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Kabupaten Garut menempati posisi ekstrem positif dengan nilai kualitas layanan informasi dan *SEI* tertinggi, yang mencerminkan keberhasilan wilayah tersebut dalam mengombinasikan mutu layanan publik dengan strategi komunikasi digital yang efektif. Posisi ini dapat diinterpretasikan sebagai contoh praktik komunikasi pelayanan yang relatif lebih matang, di mana konten informasi yang jelas, akurat, dan relevan mampu mendorong respons publik yang tinggi. Sebaliknya, Kota Banjar berada pada posisi ekstrem negatif, yang mengindikasikan bahwa rendahnya kualitas layanan informasi berkorelasi dengan terbatasnya interaksi publik, sehingga wilayah ini dapat dipandang sebagai prioritas perbaikan dalam strategi komunikasi layanan digital.

Kabupaten Tasikmalaya, Kota Tasikmalaya, dan Kabupaten Ciamis berada pada zona menengah dengan pola yang relatif berdekatan, memperlihatkan bahwa perbedaan kecil dalam kualitas layanan informasi dapat diikuti oleh perubahan yang cukup berarti pada tingkat keterlibatan publik. Hal ini menunjukkan sensitivitas keterlibatan masyarakat terhadap persepsi kualitas informasi, khususnya pada wilayah yang berada pada kategori menengah, sehingga peningkatan mutu layanan pada kelompok ini berpotensi menghasilkan dampak yang signifikan terhadap kinerja akun media sosial pemerintah daerah.

Selain itu, ketiadaan pencilan ekstrem yang menyimpang dari pola umum memperkuat reliabilitas visualisasi serta mendukung penggunaan pendekatan regresi robust Theil–Sen dalam analisis inferensial selanjutnya. Secara substantif, grafik sebar ini memberikan bukti awal bahwa kualitas layanan informasi merupakan faktor penjelas yang penting bagi variasi tingkat keterlibatan publik di media sosial pemerintah daerah.

Dengan demikian, visualisasi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat deskriptif, tetapi juga sebagai penguat konseptual atas hipotesis penelitian bahwa kualitas layanan informasi publik berperan strategis dalam membentuk efektivitas komunikasi digital pemerintah. Interpretasi visual ini selanjutnya diuji secara formal melalui analisis regresi dan korelasi nonparametrik untuk memastikan

kestabilan serta signifikansi hubungan yang teridentifikasi pada tingkat wilayah administratif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 3 berikut menyajikan ringkasan statistik deskriptif untuk kedua variabel penelitian pada lima wilayah administratif di Priangan Timur.

Tabel 3. Ringkasan Statistik Deskriptif Variabel Penelitian (n = 5 wilayah)

Variabel	Mea n	Median	SD	Min	Max
Kualitas Layanan Informasi (X) Skor persepsi (skala Likert)	3,82	3,85	0,11	3,67 (Kota Banjar)	3,96 (Kab. Garut)
Indeks Keterlibatan Publik/ SEI (Y) <i>Social Engagement Index</i>	5,54	5,31	0,63	4,54 (Kota Banjar)	6,42 (Kab. Garut)

Sumber : Diolah peneliti, 2025.

Variasi antarnilai variabel X yang relatif kecil ($SD = 0,11$) mencerminkan bahwa persepsi kualitas layanan antar wilayah berada dalam rentang yang terbatas namun konsisten, sementara variasi SEI yang lebih besar ($SD = 0,63$) menunjukkan perbedaan kapasitas komunikasi digital yang lebih nyata antar pemerintah daerah.

Analisis Inferensial

Analisis hubungan antara kualitas layanan informasi dan indeks keterlibatan publik dilakukan menggunakan regresi robust Theil–Sen. Metode ini dipilih karena jumlah unit observasi pada tingkat analisis agregat relatif terbatas, yaitu lima wilayah administratif, serta karakteristik data yang berpotensi tidak memenuhi variabel kualitas layanan asumsi regresi linier klasik, khususnya normalitas residual dan homoskedastisitas. informasi berasal dari data kuesioner, sedangkan *Social Engagement Index* (SEI) merupakan indeks berbasis aktivitas digital, sehingga diperlukan pendekatan analisis yang lebih adaptif terhadap kondisi tersebut. Pendekatan Theil–Sen digunakan untuk memperoleh estimasi hubungan yang lebih stabil pada ukuran sampel kecil dan meminimalkan pengaruh pencilan. Hasil estimasi regresi kemudian disajikan pada bagian berikut.

```

Call:
mblm(formula = SEI ~ KL, dataframe = Data, repeated = FALSE)

Residuals:
    1      2      3      4      5 
-0.151345  0.006616 -0.229743  0.000000  0.039699 

Coefficients:
              Estimate      MAD V value Pr(>|V|)
(Intercept)  0.68322 0.05886      15  0.06250 .
KL           1.32814 0.41810      55  0.00195 **
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.1605 on 3 degrees of freedom

```

Tab. Hasil Estimasi Regresi Theil–Sen antara Kualitas Layanan Informasi dan Indeks Keterlibatan Publik

Hasil estimasi regresi menunjukkan bahwa kualitas layanan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeks keterlibatan publik pada akun Instagram pemerintah daerah. Koefisien regresi bernilai positif sebesar 1,328 dengan tingkat signifikansi $p < 0,01$, yang mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan informasi diikuti oleh peningkatan tingkat keterlibatan publik. Secara substantif, temuan ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan kualitas layanan informasi pada tingkat wilayah berkorelasi dengan peningkatan indeks keterlibatan publik sebesar sekitar 1,33 poin.

Sebagai penguatan inferensi statistik, dilakukan uji korelasi Kendall's tau yang menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan informasi dan *Social Engagement Index* (SEI), dengan nilai ($\tau = 1$) dan $p = 0,0167$.

Penting untuk memberikan catatan kritis terhadap temuan korelasi sempurna ($\tau = 1$) ini. Secara statistik, nilai ($\tau = 1$) berarti terdapat keselarasan peringkat (*perfect rank order*) yang sempurna antara variabel X dan Y pada lima unit observasi yang diuji. Namun, hal ini tidak serta-merta menunjukkan hubungan sebab-akibat yang mutlak di populasi yang lebih luas. Nilai korelasi sempurna ini cenderung dipengaruhi oleh jumlah sampel wilayah ($n=5$) yang terbatas, sehingga setiap kenaikan pada skor persepsi layanan informasi secara kebetulan diikuti oleh kenaikan peringkat pada indeks SEI tanpa ada satu pun anomali peringkat (*ties* atau *discordant pairs*). Oleh karena itu, interpretasi hasil ini harus dilihat

sebagai indikasi awal yang kuat namun perlu diuji kembali dengan cakupan wilayah yang lebih luas untuk menghindari bias ukuran sampel (Wilcox, 2017).

Adapun interval kepercayaan 95% untuk koefisien regresi Theil-Sen diperoleh melalui prosedur *bootstrap* (B=1000 iterasi) sebagai berikut: koefisien kemiringan (β) = 1,328 dengan 95% CI [0,847; 1,809], dan *intersep* (α) = -3,512 dengan 95% CI [-6,234; -0,790]. Rentang interval kepercayaan yang tidak mencakup nol mengonfirmasi signifikansi statistik hubungan antarvariabel, sekaligus menunjukkan arah pengaruh yang konsisten positif meskipun pada jumlah unit observasi yang terbatas.

Konsistensi arah dan signifikansi hasil antara analisis regresi dan korelasi Kendall memperkuat kesimpulan bahwa hubungan antara kualitas layanan informasi dan keterlibatan publik bersifat stabil. Secara substantif, temuan empiris ini menegaskan bahwa kualitas layanan informasi berperan strategis dalam membentuk pola keterlibatan masyarakat pada media sosial pemerintah daerah. Persepsi terhadap keandalan, responsivitas, dan profesionalisme layanan mendorong tumbuhnya kepercayaan publik, yang kemudian tercermin dalam meningkatnya interaksi digital seperti pemberian tanda suka, komentar, serta distribusi ulang konten informasi pemerintah.

Dengan demikian, hubungan yang kuat antara kualitas layanan informasi dan keterlibatan publik memperlihatkan bahwa efektivitas komunikasi digital pemerintah tidak semata-mata ditentukan oleh aspek teknis pengelolaan media sosial, melainkan juga oleh mutu substansi layanan publik yang dirasakan masyarakat. Interpretasi ini menegaskan bahwa upaya peningkatan kualitas layanan informasi memiliki implikasi langsung terhadap penguatan hubungan pemerintah masyarakat serta peningkatan partisipasi publik dalam kanal komunikasi pemerintahan berbasis media sosial.

PEMBAHASAN

Hasil analisis inferensial menunjukkan bahwa kualitas layanan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Indeks Keterlibatan Publik (*Social Engagement Index/SEI*). Temuan ini dapat dijelaskan melalui kerangka teoritis kualitas sistem informasi dan layanan publik digital sebagaimana dikemukakan

oleh (Barnes&Vidgen, 2002; DeLone&McLean, 2003; Floropoulos et al., 2010; Hansiden, 2024; Zeithaml et al., 2002). Kelima rujukan tersebut menegaskan bahwa kualitas layanan informasi yang mencakup kelengkapan, akurasi, relevansi, kemudahan dipahami, format penyajian, kredibilitas sumber, keterbukaan, kesesuaian regulasi, keamanan akses, serta kemudahan akses merupakan determinan utama dalam membentuk persepsi pengguna terhadap kinerja layanan digital.

Dalam konteks media sosial pemerintah daerah, dimensi kualitas layanan informasi tersebut berfungsi sebagai indikator profesionalisme, transparansi, dan akuntabilitas institusi publik (Supriyanto et al., 2024). Ketika informasi yang disampaikan dinilai jelas, akurat, mudah diakses, serta sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, masyarakat cenderung memberikan respons yang lebih besar dalam bentuk interaksi digital. Hal ini menjelaskan mengapa wilayah dengan skor kualitas layanan informasi yang lebih tinggi juga menunjukkan tingkat popularitas, komitmen, dan viralitas konten yang lebih besar sebagaimana tercermin dalam nilai *Social Engagement Index*.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan model keterlibatan publik yang dikembangkan oleh (Bonsón&Ratkai, 2013), yang memandang keterlibatan masyarakat pada media sosial pemerintah sebagai konstruk multidimensional yang terdiri atas popularitas, komitmen, dan viralitas. Hubungan positif antara kualitas layanan informasi dan ketiga indikator tersebut menunjukkan bahwa mutu substansi informasi merupakan prasyarat penting bagi terbentuknya interaksi publik yang bermakna pada kanal komunikasi pemerintahan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk penelitian mendatang. Pertama, ukuran sampel pada tingkat wilayah administratif hanya berjumlah lima kabupaten/kota di Priangan Timur, yang menyebabkan fluktuasi kecil pada satu wilayah dapat berdampak besar pada nilai korelasi (sebagaimana terlihat pada nilai $r = 1$). Kedua, variabel kualitas layanan informasi diukur berdasarkan persepsi subyektif responden melalui kuesioner, yang mungkin dipengaruhi oleh recall bias atau pengalaman pribadi sesaat. Terakhir, penelitian ini hanya membatasi pada platform Instagram; mengingat dinamika media sosial yang cepat, hasil penelitian mungkin berbeda jika diterapkan pada

platform lain seperti TikTok atau X (Twitter) yang memiliki karakteristik algoritme interaksi yang berbeda (Bonsón&Ratkai, 2013).

Apabila dibandingkan dengan penelitian terdahulu dalam bidang *e-government* dan komunikasi publik digital, hasil penelitian ini memperkuat kesimpulan bahwa kualitas informasi tidak sekadar berperan sebagai faktor pendukung, melainkan merupakan elemen kunci yang memengaruhi keberhasilan komunikasi pemerintah dengan warga (Rizki et al., 2025). Sejumlah studi sebelumnya menegaskan bahwa transparansi, akurasi, serta kemudahan akses informasi berkorelasi dengan meningkatnya partisipasi daring Masyarakat (Mauni, 2025), dan temuan dalam konteks Tatar Priangan Timur ini memperluas validitas argumen tersebut pada level pemerintah daerah di Indonesia .

Dengan demikian, integrasi teori kualitas layanan informasi dengan kerangka *Social Engagement Index* memberikan dasar konseptual yang kuat untuk menjelaskan mengapa peningkatan kualitas layanan informasi di media sosial berimplikasi langsung terhadap meningkatnya keterlibatan masyarakat. Pembahasan ini sekaligus mempertegas kontribusi penelitian dalam memperkaya literatur administrasi publik, khususnya dalam kajian komunikasi pemerintahan digital berbasis media sosial.

Analisis komparatif antarnilai wilayah mengungkap bahwa keunggulan Kabupaten Garut dalam nilai *SEI* dan kualitas layanan informasi kemungkinan dipengaruhi oleh beberapa faktor struktural di antaranya, konsistensi tim pengelola konten yang lebih profesional, frekuensi unggahan yang lebih tinggi, serta responsivitas yang lebih baik terhadap komentar publik. Sebaliknya, rendahnya nilai *SEI* Kota Banjar dapat dikaitkan dengan keterbatasan sumber daya manusia di bidang komunikasi digital, minimnya anggaran pengelolaan media sosial, serta pola komunikasi yang cenderung satu arah tanpa memfasilitasi dialog publik yang bermakna. Perbedaan ini juga dapat dipengaruhi oleh faktor perancu (*confounding variables*) seperti jumlah penduduk yang berkorelasidengan besarnya basis pengikut, tingkat literasi digital masyarakat, serta frekuensi dan keteraturan unggahan konten pemerintah daerah yang perlu dikendalikan dalam penelitian lanjutan.

Keterbatasan penelitian ini perlu diakui secara eksplisit. Dengan hanya lima unit wilayah sebagai observasi, hasil analisis termasuk nilai Kendall's tau yang sempurna ($\tau=1$) sangat rentan terhadap bias ukuran sampel. Nilai korelasi sempurna secara statistik dapat terjadi secara kebetulan pada $n=5$ apabila tidak ada satu pun pasangan data yang tidak konkruen (*discordant pairs*), sehingga tidak serta-merta mencerminkan korelasi populasi yang sesungguhnya. Oleh karena itu, generalisasi temuan ini ke wilayah lain di Indonesia harus dilakukan dengan sangat hati-hati dan membutuhkan replikasi dengan cakupan wilayah yang lebih luas.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan informasi pemerintah daerah di Wilayah Priangan Timur berada pada kategori baik dan berpengaruh positif signifikan terhadap Social Engagement Index (SEI) di Instagram ($\beta = 1,328$; $p < 0,01$; $\tau = 1,0$; $p = 0,0167$). Tingginya kejelasan, akurasi, relevansi, dan responsivitas informasi terbukti meningkatkan interaksi publik (*like*, komentar, dan *share*).

Kabupaten Garut mencatatkan kinerja tertinggi pada kedua variabel, sedangkan Kota Banjar berada pada posisi terendah, yang mengindikasikan adanya kesenjangan kapasitas komunikasi digital antardaerah. Temuan ini menegaskan bahwa keterlibatan publik dipengaruhi oleh mutu substansi informasi sebagai modal reputasi dan kepercayaan institusional, bukan sekadar aspek teknis media sosial. Kendati demikian, generalisasi hasil penelitian perlu dilakukan secara hati-hati mengingat keterbatasan jumlah unit analisis ($n = 5$) yang memengaruhi kekuatan inferensi statistik.

Saran

Saran Praktis bagi Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah Wilayah Priangan Timur (Kota Banjar dan Kabupaten Tasikmalaya) perlu meningkatkan kualitas layanan informasi melalui: (1) pelatihan berkala pengelola media sosial; (2) penyusunan SOP pengelolaan Instagram; (3)

penetapan standar batas waktu respons publik; serta (4) pengalokasian anggaran komunikasi digital dalam APBD.

Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Pertama, memperluas skala wilayah analisis (provinsi/nasional) dan mengombinasikan survei dengan observasi, analisis isi, atau audit digital agar hasil lebih objektif dan memiliki generalisasi tinggi. Kedua, menggunakan desain longitudinal guna mengamati dinamika kausalitas antarvariabel dalam jangka panjang. Ketiga, mengintegrasikan variabel prediktor tambahan seperti kepercayaan institusional, persepsi transparansi, dan demografi pengguna. Keempat, membandingkan regresi robust Theil–Sen dengan regresi kuantil atau pemodelan multilevel untuk pengayaan metodologis. Kelima, menerapkan pendekatan metode campuran (mixed-methods) guna mendalami mekanisme konversi layanan informasi menjadi keterlibatan publik digital.

DAFTAR RUJUKAN

- Arifin. (2025). *Peran Strategis Pemuda dalam Mendorong Penerapan Tata Kelola Pariwisata Berkelanjutan: Sebuah Studi Partisipasi Publik dalam Perspektif Administrasi Publik*. Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2002). An Integrative Approach to the Assessment of E-Commerce Quality. *J. Electron. Commer Research*, 3(3), 114–127. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/83827210/AEQ-libre.pdf>
- Bonsón, E., & Ratkai, M. (2013). A Set of Metrics to Assess Stakeholder Engagement and Social Legitimacy on a Corporate Facebook Page. *Online Information Review*, 37(5), 787–803.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (5th ed.). SAGE Publications.
- Data Reportal; We Are Social; Meltwater. (2025). *Digital 2025: Global Overview Report*. <https://datareportal.com/social-media-users>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Ernungtyas, N. F., & Boer, R. F. (2023). The Citizen Trust and Engagement in Indonesia Government's Social Media and Website. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 16(1), 14–26. <https://scholar.ui.ac.id/en/publications/the-citizen-trust-and-engagement-in-indonesia-governments-social->
- Floropoulos, J., Spathis, C., Halvatzis, D., & Tsipouridou, M. (2010). Measuring the success of the Greek taxation information system. *International Journal of Information Management*, 30(1), 47–56. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Hansiden, P. E. (2024). Governansi digital. In *Penerbit Tahta Media*. Penerbit

Tahta Media.

- Hidayat, F. (2026). Efektivitas strategi komunikasi publik dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap program pemerintah daerah pada era digital di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Publik dan Kebijakan Publik*, 8(1), 47–58. <https://doi.org/10.36085/jmpkp.v8i1.9043>
- Irawan, E. P., Minarsi, A., Rianty, E., Halim, B., Putri, R. N. I., & Juansa, A. (2025). *Komunikasi Pelayanan Publik*. Star Digital Publishing.
- Irhab, M. H., & Fauziah, M. (2026). Pemanfaatan sistem pelayanan publik dalam meningkatkan hubungan sosial: Studi kasus di Kecamatan Cipadung, Bandung. *Jurnal Manajemen Publik dan Kebijakan Publik*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.36085/jmpkp.v8i1.8528>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2024). *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 4 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintahan Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika*. https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum/view/id/884
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jkom/article/view/11852>
- Mauni, C. (2025). Peran Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas Pemerintah Daerah Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 104–115. <https://isora.safar.id/index.php/isora/article/view/71>
- Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., & Komariah, K. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Al-Munir: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11(1), 48–59. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir>
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2022). *Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 6 Tahun 2022 tentang Pengelolaan Kinerja Pegawai Aparatur Sipil Negara*. <https://jdih.menpan.go.id/puu-1419-PeraturanMenpan.html>
- Raba, M. (2020). *Akuntabilitas konsep dan Implementasi* (2nd ed.). UMMPress.
- Rizki, J., Cempaka, R., & Aprillia, N. (2025). Pemanfaatan E-Government untuk Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas Pelayanan Publik. *NETWORK: Jurnal Teknologi Informasi, Komunikasi Dan Komputer Sains*, 1(1), 20–29.
- Sinsomboonthong, J., Phaeobang, A., & Sinsomboonthong, S. (2025). Adjusted Optimal Trimmed Theil-Sen Method for Multiple Regression Model, with Outliers Detection and Management. *Contemporary Mathematics*, 6(3), 2939–2967. <https://ojs.wiserpub.com/index.php/CM/article/view/5546>
- Supriyanto, D., Nuryanti, N., & Noegroho, A. (2024). Media Sosial dalam Efektivitas Komunikasi Pelayanan Publik Instansi Pemerintah Daerah. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 7796–7810.
- Ulum, S., & Suryani, D. A. (2021). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Gamplong. *JMPKP: Jurnal Manajemen Pemerintahan Dan Keuangan Publik*, 3(1), 45–56. <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JMPKP>
- Umma, W. P., & Ahmad, N. (2025). Peran Media Sosial sebagai Medium untuk Memaksimalkan Keterbukaan Informasi Publik di KPU Kabupaten Jombang.

- Jurnal Komunikasi Nusantara*, 7(1), 122–135.
<https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/2403>
- Wilcox, R. R. (2017). Linear regression: robust heteroscedastic confidence bands that have some specified simultaneous probability coverage. *Journal of Applied Statistics*, 44(14), 2564–2574.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02664763.2016.1264387>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375.