

**MENGEKSPLORASI PENYEBAB RENDAHNYA INTERAKSI  
MASYARAKAT KOTA YOGYAKARTA PADA AKUN INSTAGRAM  
@PEMKOTJOGJA**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Sydney Oey  
22.96.2922

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2025**

**MENGEKPLORASI PENYEBAB RENDAHNYA INTERAKSI  
MASYARAKAT KOTA YOGYAKARTA PADA AKUN INSTAGRAM  
@PEMKOTJOGJA**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Sydney Oey  
NIM. 22.96.2922

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SI- ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

Mengeksplorasi Penyebab Rendahnya Interaksi  
Masyarakat pada Akun Instagram @pemkotjogja

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Sydney Oey  
NIM. 22.96.2922

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 15 Desember 2024

Dosen Pembimbing,

  
Riski Durmawati, M.A.  
NIK. 190302475

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Mengeksplorasi Penyebab Rendahnya Interaksi  
Masyarakat pada Akun Instagram @pemkotjogja

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Sydney Ogy  
NIM. 22.96.2922

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada tanggal 15 Desember 2025

Nama Penguji

Rufki Ade Vinanda, S.I.Kom, M.A.  
NIK. 190302657

Wiwid Adiyanto, M.I.Kom  
NIK. 190302477

Riski Damastuti, M.A.  
NIK. 190302475

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
(15 Desember 2025)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom, Ph.D  
NIK. 190302125

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 10 Desember 2025



Sydney Oey

NIM. 22.96.2922

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Rivga Agusta, S.IP., M.A. selaku Kaprodi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Riski Damastuti, M.A. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta masukan yang sangat berarti sejak awal penyusunan hingga penyelesaian penelitian ini. Mamski tidak hanya membimbing penulis secara akademik namun juga memberikan dorongan kuat kepada saya untuk tetap bersemangat dalam menghadapi segala rintangan selama penyusunan penelitian ini
5. Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Kota Yogyakarta selaku objek penelitian yang telah memberikan kesempatan dan izin kepada penulis untuk meneliti akun Instagram @pemkotjogja yang dikelola oleh dinas tersebut. Penulis sangat berterimakasih atas keterbukaan, dukungan, serta kemudahan akses informasi yang membantu penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan memperoleh data yang dibutuhkan
6. Perpustakaan Universitas Amikom Yogyakarta sebagai sumber referensi yang mendukung proses penyusunan penelitian. Akses terhadap literatur akademik,

buku serta layanan perpustakaan yang memadai sangat membantu penulis dalam memperkuat landasan teori dan menyelesaikan penelitian ini.

7. Mama dan Adik selaku keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan. Keluarga menjadi sumber kekuatan dalam proses penyelesaian penelitian ini baik secara emosional ataupun material.
8. Phillipa Putri Antonia Katleen selaku sahabat yang selalu menemani penulis selama proses penyusunan penelitian ini, memberikan dukungan dan bantuan, serta menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah. Dukungan yang diberikan sangat membantu penulis menjaga kesehatan mental dan tetap bersemangat hingga penelitian ini selesai.
9. Gad El Haq selaku pasangan penulis yang telah memberikan pengertian, dukungan, motivasi yang tidak pernah putus, mendengarkan keluh kesah peneliti, serta mendoakan penulis. Kehadirannya membantu penulis tetap fokus dan mampu menyelesaikan setiap tahap skripsi dengan lebih tenang dan terarah.
10. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri atas usaha dan ketekunan yang tidak pernah putus sejak awal penyusunan skripsi ini. Berbagai tantangan dan keterbatasan yang dilewati selama proses penggerjaan telah mengantarkan penulis menjadi pribadi yang lebih bertanggung jawab atas pilihannya. Penyelesaian skripsi ini menjadi bukti bahwa setiap usaha memiliki makna.

Yogyakarta, 10 Desember 2025



Sydney Oey

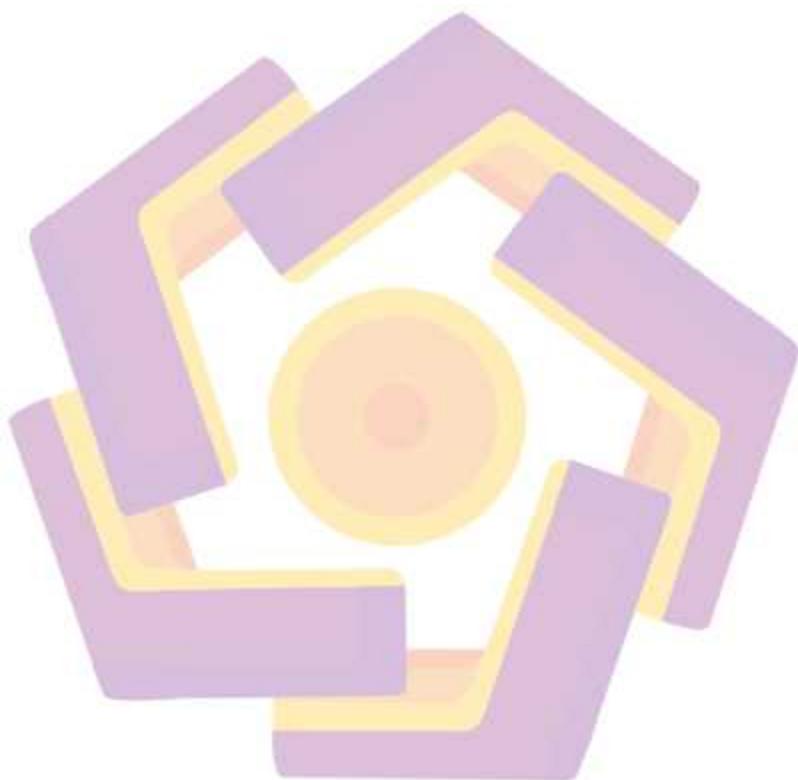
## DAFTAR ISI

MENGEKSPLORASI MASYARAKAT KOTA YOGYAKARTA PADA AKUN INSTAGRAM @PEMKOTJOGJA.....	1
MENGEKPLORASI MASYARAKAT KOTA YOGYAKARTA PADA AKUN INSTAGRAM @PEMKOTJOGJA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	8
1.3    Tujuan Penelitian.....	8
1.4    Manfaat Penelitian.....	8
1.5    Sistematika Bab.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1    Penelitian Sebelumnya .....	10
2.2    Landasan Teori.....	17
2.2.1 <i>Uses and Gratifications Theory</i> .....	17
2.2.2    Eksplorasi.....	23
2.2.3    Media Sosial.....	24
2.2.4    Instagram.....	29
2.2.5    Interaksi di Media Sosial.....	32
2.3    Kerangka Konsep .....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1    Paradigma Penelitian .....	39

3.2	Pendekatan Penelitian.....	39
3.3	Metode Penelitian.....	40
3.4	Subjek dan Objek Penelitian.....	42
3.5	Teknik Pengambilan Data.....	43
3.6	Waktu Penelitian .....	45
3.7	Teknik Analisis Data .....	45
3.8	Teknik Keabsahan Penelitian.....	47
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>50</b>
4.1	Gambaran Umum Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta .....	50
4.2	Profil Informan.....	53
4.3	Temuan Penelitian.....	57
4.3.1	Pemaknaan Masyarakat dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasional di Instagram @pemkotjogja .....	58
4.3.1	Kebutuhan Hiburan dalam Pandangan Masyarakat pada Konten Instagram @pemkotjogja .....	62
4.3.3	Kebutuhan Relasional dan Pengalaman Interaksi Masyarakat dengan Instagram @pemkotjogja .....	67
4.3.4	Kebutuhan Remunerasi dalam Mendorong Interaksi Masyarakat di Instagram @pemkotjogja .....	72
4.4	Pembahasan.....	74
4.4.1	Dominasi Kebutuhan Informasional yang Belum Terpenuhi .....	76
4.4.2	Harapan terhadap Konten Informatif yang Menghibur .....	79
4.4.3	Rendahnya Interaksi Dua Arah dan Kurangnya Ruang untuk Berdialog.....	81
4.4.4	Keterbatasan Unsur Apresiasi .....	85
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>88</b>
5.1	Kesimpulan .....	88
5.2	Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>92</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>101</b>

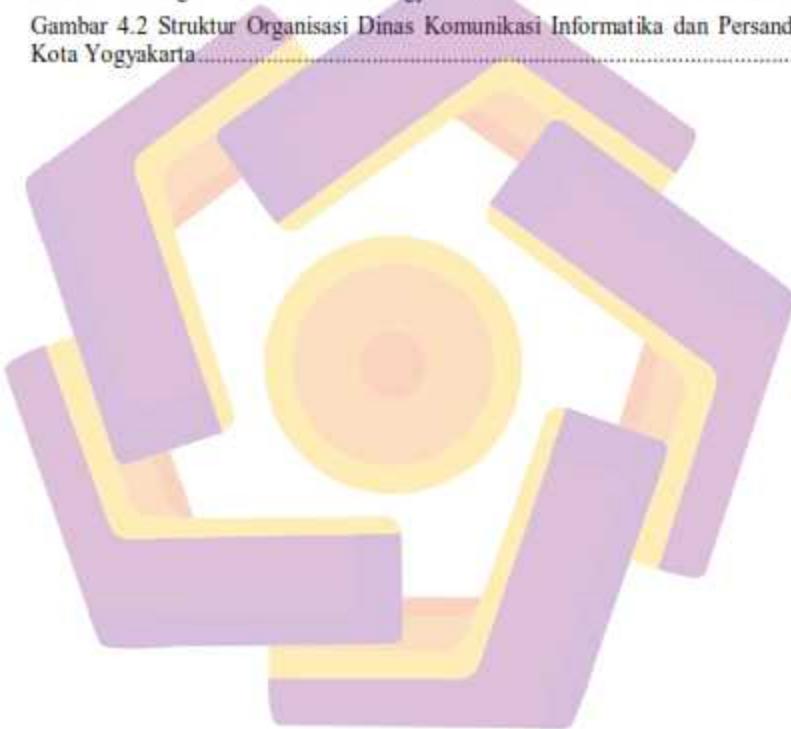
## DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
--------------------------------------	----



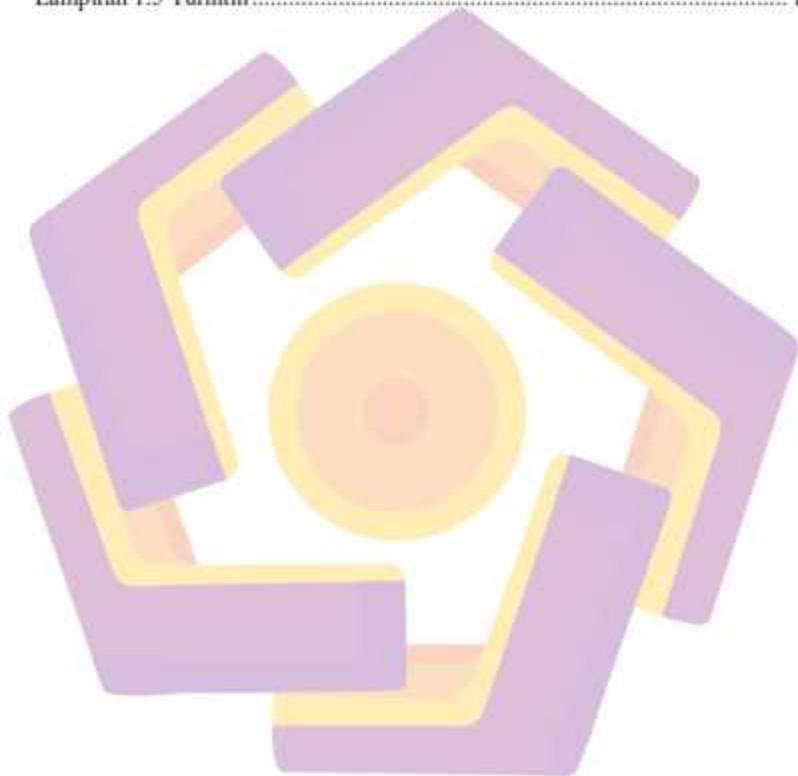
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @pemkotjogja.....	2
Gambar 1.2 Insight Akun Instagram @pemkotjogja.....	4
Gambar 1.3 Engagement Rate Akun Instagram @pemkotjogja .....	5
Gambar 2.1 Social Media Engagement Behaviour Typologies .....	36
Gambar 3.1 Analisis Data Model Miles and Huberman.....	46
Gambar 4.1 Logo Pemerintah Kota Yogyakarta.....	49
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta.....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Surat Izin Penelitian .....	101
Lampiran 1.2 Surat Balasan Sip .....	102
Lampiran 1.3 Surat Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi .....	103
Lampiran 1.4 Transkrip Wawancara Dengan Informan .....	104
Lampiran 1.5 Turnitin .....	192



## ABSTRACT

*This study aims to explore the factors contributing to the low level of public interaction with the Instagram account @pemkotjogja, which serves as the official public communication channel of the Yogyakarta City Government. The research employs the Uses and Gratification Theory to examine the needs of the community in using social media and utilizes the typology of Social Media Engagement Behaviour to identify the forms of user engagement.*

*This research adopts a qualitative approach with a case study method focusing on a single object, namely the Instagram account @pemkotjogja. Data were collected through in-depth interviews, observations of the account's activities, and field documentation. The study involved nine informants, consisting of followers, non-followers, and the account administrators. Data analysis was conducted using the Miles & Huberman model, which includes data collection, data reduction, data display, and conclusion drawing. Method, source, and time triangulation were applied to ensure data credibility.*

*Overall, the study concludes that public interaction is influenced by a combination of limited informational content, the lack of entertainment elements, minimal two-way communication, and the suboptimal implementation of appreciation strategies. The findings emphasize that increasing public engagement cannot be achieved merely by increasing the quantity of posts; instead, it requires a communication strategy that aligns with the needs of the community. The results of this study are expected to serve as a reference for the Yogyakarta City Government in developing digital communication strategies that are more interactive, relevant, and participatory.*

**Keywords:** *Public interaction, government Instagram, Uses and Gratification Theory, Social Media Engagement, public communication, @pemkotjogja*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penyebab rendahnya interaksi masyarakat Kota Yogyakarta pada akun Instagram @pemkotjogja sebagai kanal komunikasi publik pemerintah. Kajian dilakukan menggunakan *Uses and Gratification Theory* untuk melihat kebutuhan masyarakat dalam menggunakan media sosial serta menggunakan tipologi *Social Media Engagement Behaviour* untuk mengidentifikasi bentuk keterlibatan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang berfokus pada satu objek yaitu akun Instagram @pemkotjogja. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi aktivitas akun Instagram @pemkotjogja, serta dokumentasi lapangan. Melibatkan sembilan informan yang terdiri dari followers, masyarakat non followers, dan pengelola akun tersebut. Analisis data dilakukan menggunakan model analisis Miles & Huberman yang mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Triangulasi metode, sumber, dan waktu diterapkan untuk menjadi kredibilitas data.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa interaksi masyarakat merupakan hasil dari kombinasi keterbatasan informasi, kurangnya elemen hiburan, minimnya relasi dua arah, dan kurang optimalnya strategi apresiasi. Penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan interaksi tidak dapat dicapai sekadar melalui peningkatan kuantitas unggahan namun perlu adanya strategi komunikasi publik berbasis kebutuhan masyarakat. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan bagi Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mengembangkan strategi komunikasi digital yang lebih interaktif, relevan, dan partisipatif.

Kata kunci: Interaksi masyarakat, Instagram pemerintah, *Uses and Gratification Theory*, *Social Media Engagement*, Komunikasi publik, @pemkotjogja