

**INTENSI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PEMERINTAH DI  
KALANGAN GENERASI Z : STUDI KASUS INSTAGRAM  
diskominfo.provkepri**

**Oleh  
Muhammad Ardi Firmansyah Siregar  
NIM. 2105020054**

**ABSTRAK**

Sosial media merupakan alat penghubung yang bisa meningkatkan komunikasi di dalam jejaring sosial. Penggunaan media sosial saat ini tidak hanya terbatas pada masyarakat umum tetapi dimanfaatkan oleh instansi pemerintah sebagai sarana komunikasi, penyebaran informasi dan pelayanan publik secara digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mendorong penggunaan media sosial pemerintah di kalangan Gen Z, memahami bentuk respons mereka terhadap akun media sosial pemerintah, serta memahami dampak penggunaan media sosial pemerintah terhadap Gen Z. Penelitian ini mengeksplor beberapa teori dalam memahami penggunaan *government social media* seperti *Uses and Gratifications Theory* (UGT) dan teori pendukung lainnya seperti *Technology acceptance model* (TAM) dan *System Quality*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam secara daring kepada 10 orang Gen Z yang merupakan pengguna akun Instagram diskominfo.provkepri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang mendorong Gen Z dalam menggunakan Instagram diskominfo.provkepri adalah mendapatkan informasi (*information seeking*) yang didorong atau dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi (*personal interest*) seperti mencari informasi beasiswa, lomba, dan lowongan pekerjaan. Selain itu, informasi yang berkualitas (*information quality*), kemudahan penggunaan (*ease of use*), dan demographic yang juga menjadi faktor yang mendorong Gen Z dalam menggunakan akun tersebut. Kesimpulan yang di dapat pada penelitian ini bahwa media sosial pemerintah dapat meningkatkan partisipasi Gen Z dan kepercayaan terhadap pemerintah dengan respon aktif yang di tunjukkan oleh Gen Z terhadap akun Instagram diskominfo.provkepri seperti tindakan seperti menyukai postingan, berpartisipasi di kolom komentar, membagikan postingan dan menyimpan postingan dari Instagram diskominfo.provkepri.

**Kata kunci:** Media sosial pemerintah, Generasi Z, Instagram, partisipasi publik, kepercayaan.

**INTENTION TO USE GOVERNMENT SOCIAL MEDIA AMONG  
GENERATION Z: INSTAGRAM CASE STUDY diskominfo.provkepri**

**By  
Muhammad Ardi Firmansyah Siregar  
NIM. 2105020054**

**ABSTRACT**

*Social media serves as a connecting tool that can enhance communication within social networks. Its usage today is not only limited to the general public but is also utilized by government institutions as a means of communication, information dissemination, and digital public service delivery. This study aims to explore the factors that drive the use of government social media among Generation Z, to understand their responses to government social media accounts, and to examine the impact of government social media usage on Gen Z. The research explores several theories to understand government social media usage, such as the Uses and Gratifications Theory (UGT), and other supporting theories like the Technology Acceptance Model (TAM) and System Quality. This study employs a qualitative method with a constructivist approach. Data was collected through in-depth online interviews with 10 Gen Z individuals who are users of the Instagram account diskominfo.provkepri. The findings reveal that factors driving Gen Z to use the diskominfo.provkepri Instagram account include information seeking, which is influenced by personal interests such as searching for scholarships, competitions, and job vacancies. Additionally, information quality, ease of use, and demographics are also contributing factors. The conclusion of this study is that government social media can enhance Gen Z's participation and trust in the government, as shown by their active engagement with the diskominfo.provkepri Instagram account. This engagement includes actions such as liking posts, participating in comment sections, sharing content, and saving posts.*

**Keywords :** Government social media, Generation Z, Instagram, public participation, trust.