

## ABSTRAK

Citra suatu organisasi merupakan penilaian masyarakat terhadap organisasi. Sebuah citra menggambarkan kesan public dari sebuah organisasi. Kemajuan media sosial seperti sekarang ini, menempatkan media sosial merupakan salah satu wadah yang berperan sebagai sarana promosi yang sangat penting. Media sosial yang banyak dimanfaatkan menjadi media promosi saat ini salah satunya yakni Instagram. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan menguji pengaruh kepercayaan terhadap citra organisasi, pengaruh kepuasan terhadap citra organisasi, pengaruh keterlibatan masyarakat terhadap citra organisasi, pengaruh transparansi terhadap kepercayaan, dan pengaruh responsivitas terhadap kepuasan dalam media sosial Instagram pada organisasi.

Model penelitian akan diuji pada Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Semarang. Adapun alasan pemilihan Instansi Disperkim Kota Semarang karena Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman sering menduduki ranking tiga besar sebagai salah satu Instansi Pemerintahan di lingkup Kota Semarang yang tanggap melayani masyarakat melalui media sosial. Metode penelitian yang dipakai pada riset ini ialah kuesioner yang dibagikan ke *followers* Instagram Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Semarang yang merupakan responden. Teknik sampling yang digunakan adalah memilih sampel acak sederhana. Untuk mengolah data memakai Pemodelan Persamaan Struktural (*SEM*).

Hasil riset menunjukkan bahwasannya media sosial memegang peran utama untuk menciptakan opini publik, citra organisasi bisa dengan mudah dibangun secara sistematis. Keberadaan media sosial dimanfaatkan sebagai wadah untuk mengunggah konten profil, kegiatan, dan penyampaian gagasan pengguna serta menjadi media yang membuka ruang untuk berinteraksi dan berkomunikasi dalam media sosial di ruang cyber. Saat ini, instgram merupakan jenis media sosial untuk berkomunikasi dua arah antara pemerintah dan warga, perkembangan globalisasi sekarang ini mengharuskan pemerintah agar bisa secara aktif menyampaikan informasi serta responsif terhadap kebutuhan publik.

**Kata Kunci : Penilaian Masyarakat; Citra Organisasi; *Structural Equation Modeling*; Media Sosial.**