

Faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat terhadap penggunaan Facebook dan Instagram milik instansi pemerintah di Indonesia = Factors affecting public engagement on the use of Facebook and Instagram for government agencies in Indonesia

Achmad Fauzi Azmi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20477598&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penerapan e-government di Indonesia masih jauh dari harapan dan tujuan Instruksi Presiden "Kebijakan tentang E-Government". Hal ini berdasarkan hasil asesmen PBB tahun 2016 yang memberikan Indonesia indeks e-government 0,4478 dari 1 dan indeks e-participation 0,3729 dari 1. Media sosial digunakan sebagai alat untuk meningkatkan indeks e-government dan e-participation. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana penggunaan media sosial mempengaruhi tingkat keterlibatan audiensnya dengan menganalisa penggunaan Facebook dan Instagram yang digunakan oleh instansi pemerintah di Indonesia terutama pesan yang di-posting di akunnya pada tahun 2016. Pesan yang dianalisa adalah bentuk, nada dan bentuk responnya. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat keterlibatan masyarakat pada Facebook dan Instagram milik pemerintah. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial di instansi pemerintah belum optimal. Hal ini dibuktikan dengan rendahnya indeks penggunaan media sosial yang diperoleh. Indeks paling tinggi diperoleh Kementerian Pariwisata dengan nilai 4,617 (dari 100). Hasil analisa tingkat keterlibatan penggemar pada Facebook dan Instagram milik pemerintah menunjukkan bahwa partisipasi yang tinggi adalah pesan yang di-posting pada hari rabu, jumat dan minggu dengan bentuk pesan video. Instansi dengan tingkat keterlibatan tertinggi adalah Kemendikbud. Analisa menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh signifikan pada partisipasi adalah frekuensi posting-an pada Instagram, sentimen positif terhadap instansi dan integrasi antara website instansi dengan media sosialnya. Sedangkan yang tidak berpengaruh adalah frekuensi posting-an pada Facebook dan variasi bentuk pesan pada kedua media sosial.

<hr>

ABSTRACT

E-government implementation in Indonesia does not meet the objectives of presidential regulation on "E-government Policy". Based on the report of the United Nations in 2016, Indonesia obtained 0.4478 out of 1 for e-government and 0.3729 out of 1 for e-participation. Social media is used as a tool to increase the index of e-government and e-participation. This study aims to identify the extent to which social media affect the level of its audience by analyzing the use of Facebook and Instagram by government agencies in Indonesia, particularly messages posted on social media profile in 2016. The message analyzed is the terms of form, tone and form of response. Additionally, the study aims at measuring the level of citizen engagement on government's Facebook and Instagram. The results showed that the use of social media in government agencies is not optimal. This is because of the low index of social media usage. The highest index is Ministry of Tourism (4.617 out of 100). The results of the analysis of engagement showed that post that attracts high participation is a message posted in Wednesday, Friday and Sunday, while the form of the message is video. Kemendikbud is the institution with the highest engagement rates. The analysis revealed

that the factors do have significant influence on citizen participation is the frequency of posting on Instagram, positive sentiment toward the government agency and integration between government website and their social media. Meanwhile that does not have a influence is the frequency of posting on Facebook and the various forms of messages on both social media.