

# Faktor-faktor utama dalam meningkatkan partisipasi pengguna pada halaman media sosial instansi pemerintah: studi kasus program government public relations (GPR) = Key factors in improving user engagement in government agency social media a case study of government: public relations program (GPR)

Yahya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447227&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Instansi pemerintah di berbagai belahan dunia mulai mengadopsi media sosial untuk mensosialisasikan berbagai program dan kebijakan kepada masyarakat. Di Indonesia, pemerintah memanfaatkan kanal media sosial untuk menjalankan program kehumasan pemerintah, yaitu Government Public Relations GPR . Data menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat. Namun, pada konteks partisipasi di halaman media sosial yang dikelola pemerintah justru berbanding terbalik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari faktor-faktor apa saja yang mendorong niat follower berpartisipasi dalam halaman media sosial program GPR. Penelitian ini menggunakan model stimulus ndash;organism ndash;response SOR , dimana faktor-faktor pemenuhan kepuasan digunakan sebagai faktor perangsang, faktor sensasi dan rasa memiliki digunakan sebagai faktor organik, dan faktor niat berkelanjutan digunakan sebagai respon yang hendak diamati. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, pendekatan eksplanatori, dan teknik analisis eksploratori, ditemukan bahwa faktor-faktor utama yang mendorong niat follower berpartisipasi adalah konsumsi konten, sensasi, dan rasa memiliki.

.....Social media has been adopted widely on government sector as a tool to spread and gather information to or from citizen. In Indonesia, government utilize social media channel to run government public relations program GPR . In term of number, Indonesia has many active social media user. However, in term of engagement rate on government social media GSM , the result says inversely. This study aims to identify key factors to improve follower rsquo s intention to engage on government public relations program. This study utilize stimulus organism response framework, where gratificaton factors act as stimuli, flow state of experience and sense of belonging act as organic, and continuance intention is the observed response. Through quantitative method, explanatory approach, and exploratory analysis, the result show that key factor to imporove follower rsquo s engagement are content consumption factor, flow state of experience, and sense of belonging.