

Analisis Pengaruh Kualitas Media Sosial terhadap Public Engagement dan Organization-Public Relationship oleh Government Public Relations (Studi pada Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi) = Analysis of the Effect of Social Media Quality on Public Engagement and Organization-Public Relationship by Government Public Relations (Study on the Agency for the Assessment and Application of Technology)

Rifatul Istianah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490091&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini menjelaskan pengaruh kualitas media sosial terhadap *public engagement* serta pengaruh keduanya terhadap *organization public relationship* (OPR). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan responden *followers* dari media sosial Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi yang berjumlah 400 orang, dari tiga platform media sosial yaitu Instagram, Twitter dan Facebook. Metode analisis data dilakukan dengan analisis statistik deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*) untuk membuktikan hipotesa dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas media sosial memiliki pengaruh terhadap *public engagement* dan keduanya juga memiliki pengaruh terhadap OPR. Penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi yang paling dominan dari kualitas media sosial yang berpengaruh terhadap pembentukan *public engagement* adalah kemudahan akses dan informasi yang bermanfaat. Sementara dimensi yang paling dominan dari *public engagement* dalam membentuk OPR adalah dimensi konsumsi. Selain itu meskipun baik kualitas media sosial dan *public engagement* sama-sama memiliki pengaruh terhadap OPR, ternyata dalam penelitian ini pengaruh langsung kualitas media sosial terhadap OPR lebih besar dibanding pengaruh tidak langsung melalui *public engagement*.

This research explains the influence of social media quality on public engagement and their influence on organization public relations (OPR). This research is a quantitative study towards followers of The Agency for The Assessment and Application of Technology`s social media, amounting to 400 respondents. Descriptive statistical analysis and path analysis were chosen as method of data analysis to prove the hypothesis in this study. The results show that the quality of social media has an influence on public engagement and both also have an influence on OPR. This study shows that the most dominant dimension of the quality of social media affecting public engagement is the ease of access and useful information. While the most dominant dimension of public engagement in forming OPR is consump dimension. In addition, although both the quality of social media and public engagement have influence on OPR, it turns out that the direct influence of the quality of social media on OPR is greater than the indirect influence through public engagement.