

INTERAKTIVITAS MEDIA SOSIAL PEMERINTAH DI ERA OPEN GOVERNMENT (Studi Analisis isi Akun Facebook dan Twitter Kementerian Keuangan RI @KemenkeuRI Periode Agustus-Oktober 2018=GOVERNMENT'S SOCIAL MEDIA INTERACTIVITY IN OPEN GOVERNMENT ERA (Concent Analysis Study of The Republic of Indonesia Ministry of Finance's Facebook and Twitter Account for the Period of August-October 2018))

Cs. Purwowidhu Widayanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490177&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Penelitian ini mengeksplanasi tipe interaktivitas; jangkauan interaktivitas; dan prediktor yang dapat memperkuat interaktivitas media sosial Facebook dan Twitter pemerintah. Kebaruan penelitian ini dari penelitian terdahulu adalah elaborasi pengukuran interaktivitas di media sosial serta uji prediksi variabel yang lebih komprehensif. Metode penelitian menggunakan metode campuran analisis isi dan kualitatif. Uji hipotesis dilakukan dengan regresi binomial negatif. Hasil penelitian menunjukkan tipe interaktivitas media sosial pemerintah adalah interaktivitas reaktif. Komunikasi pemerintah melalui media sosial masih cenderung satu arah. Sementara jangkauan interaktivitas pesan pemerintah memiliki frekuensi kedua terbesar setelah pengaplikasian interaktivitas dengan tipe reaktif oleh pengguna. Prediktor signifikan interaktivitas dari fitur konten baik di Facebook maupun twitter adalah topik post/tweet. Topik yang secara umum berpengaruh positif terhadap keseluruhan tipe interaktivitas dan jangkauan interaktivitas baik di Facebook maupun Twitter adalah topik Iklan Layanan Masyarakat. Prediktor signifikan interaktivitas dari fitur struktur di Facebook adalah hashtag. Sementara prediktor signifikan interaktivitas dari fitur struktur di Twitter adalah elemen multimedia dan external link. Hasil penelitian diperkaya dalam bentuk masukan dari pengguna untuk meningkatkan interaktivitas media sosial pemerintah di era open government.

This study describes the type of interactivity; the breadth of interactivity; and predictors that can strengthen the interactivity of government account on Facebook and Twitter. The novelty of this research from previous research is the elaboration of measurements of interactivity on social media as well as more comprehensive variable prediction tests. The research method uses a mixture of content and qualitative analysis methods. Hypothesis testing is done by negative binomial regression. The results of the study show that the type of government social media interactivity is reactive interactivity. Government communication through social media still tends to be one-way. While the message the breadth of interactivity of the government has the second largest frequency after the application of interactivity to the reactive type by the user. A significant predictor of interactivity from content features both on Facebook and Twitter is the topic of posts / tweets. Topics that generally have a positive influence on the overall type of interactivity and interactivity range both on Facebook and Twitter are the topics of public service advertising. A significant predictor of interactivity from the structural features on Facebook is the hashtag. While significant predictors of interactivity from structural features on Twitter are multimedia elements and external links. The research results are enriched in the form of input from users to enhance the interactivity of government social media in the open government era.