

Pengaruh kredibilitas sumber dan kualitas informasi yang dibagikan Opinion Leaders terhadap kepercayaan informasi Kebijakan Publik di Media Sosial (Studi Eksperimen Isu APBN di Kementerian Keuangan) = The Effect of source credibility and information quality shared by Opinion Leaders on Public Policy Information Trust in Social Media (An Experimental Study on State Budget Issues at the Ministry of Finance)

Muhammad Nur, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20515010&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Tesis ini meneliti pengaruh kredibilitas sumber dan kualitas informasi yang dibagikan opinion leaders terhadap terhadap kepercayaan informasi kebijakan publik di media sosial dalam konteks isu APBN di media sosial Kementerian Keuangan. Hubungan kausal tersebut dianalisis menggunakan kerangka konsep Two-Step Flow of Communication atau Opinion Leadership melalui uji ANOVA. Pengumpulan data dilakukan terhadap 140 partisipan yang di random assignment dari 311 subjek yang direkrut secara online experiment. Penelitian ini menggunakan desain faktorial eksperimen 2x2.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum temuan empiris dalam penelitian ini sejalan dengan kerangka konseptual Two-Step Flow of Communication atau Opinion Leadership yang masih relevan diterapkan pada konteks media sosial. Meski demikian, terdapat sedikit perbedaan dalam temuan empiris penelitian ini yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan kredibilitas sumber yang signifikan antara pejabat publik dan selebritis dalam mempengaruhi kepercayaan informasi kebijakan publik di media sosial. Partisipan sama-sama memberikan penilaian yang relatif tinggi kepada kedua kategori opinion leaders tersebut selaku sumber informasi yang kredibel dalam hal kebijakan APBN di media sosial. Sementara itu, terdapat perbedaan yang signifikan antara informasi berkualitas dan informasi tidak berkualitas dalam mempengaruhi kepercayaan informasi kebijakan publik di media sosial. Berdasarkan temuan tersebut, peneliti merekomendasikan bahwa organisasi pemerintah perlu mempertimbangkan penggunaan opinion leaders sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi kebijakan publik di media sosial dengan memperhatikan tokoh yang akan digunakan/ditunjuk sebagai opinion leaders dan menjaga kualitas informasi yang dibagikan oleh para opinion leaders tersebut.

.....This thesis examines the effect of the sources credibility and the quality of information shared by opinion leaders on the trustworthiness of public policy information on social media in the context of the State Budget issue on the Ministry of Finance's social media. The causal relationship was analyzed using the conceptual framework of Two Step Flow of Communication or Opinion Leadership through the ANOVA test. Data collection was carried out on 140 participants who were randomly assigned from 311 subjects who were recruited in the online experiment. This study used a 2x2 factorial experimental design.

However, there is a slight difference in the empirical findings of this study which states that there is no significant difference in source credibility between public officials and celebrities in influencing the trust of public policy information on social media. Participants both gave relatively high ratings to the two categories of opinion leaders as sources of credible state budget policy information on social media. Meanwhile, there is a significant difference between quality information and unqualified information in

influencing the trust of public policy information on social media. Based on these findings, the researcher recommends that government organizations consider the use of opinion leaders as a form of public policy communication strategy on social media by paying attention to the figures to be used/appointed as opinion leaders and maintaining the quality of information shared by these opinion leaders.