

Engagement Masyarakat Dan Content Analysis Terhadap Akun Instagram Lembaga Kementerian = Citizen Engagement and Content Analysis towards Instagram Account of Indonesian Ministry

Dyah Pangesti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920550864&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian terkait engagement pada sektor publik pada media sosial Instagram masih jarang dilakukan sehingga belum banyak hasil evaluasi untuk peningkatan engagement masyarakat maupun perbaikan kualitas konten. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat engagement masyarakat dan karakteristik konten pada akun Instagram Lembaga Kementerian Kabinet Indonesia Maju. Data profil dan post dikumpulkan dari 34 akun dari awal waktu akun tersebut dibuat. Penarikan data menggunakan service tools yang dikembangkan oleh Phantombuster. Analisis data dilakukan secara kuantitatif untuk melihat pengaruh variabel yang mempengaruhi tingkat engagement akun Lembaga Kementerian dan secara kualitatif untuk melihat karakteristik konten dengan memilih 5 post yang memiliki tingkat engagement tertinggi dari setiap akun Lembaga Kementerian. Hasil analisis ditemukan bahwa semakin banyak jumlah post semakin tingkat engagement, namun jumlah follower tidak memberikan pengaruh yang signifikan begitupun dengan media type, sedangkan komponen karekteristik konten yang dianalisis (content type, dialogic loop, dan information richness) memberikan deskripsi yang berbeda.

..... Research related to engagement in the public sector on the social media platform Instagram is still infrequent, leading to a lack of evaluation results for improving public engagement and content quality enhancement. This study aims to analyze the level of public engagement and content characteristics on Instagram accounts of the Indonesian Ministry: Kabinet Indonesia Maju. Profile and post data were collected from 34 accounts since the account was created. Data extraction was performed using service tools developed by Phantombuster. Quantitative data analysis was conducted to test the variables influencing the level of engagement for Ministry accounts, and qualitative analysis was employed to investigate content characteristics by selecting the top 5 posts with the highest engagement from each Ministry account. The analysis results revealed that the higher the number of posts, the greater the engagement level for Ministry accounts, while the number of followers did not show a significant impact and the same goes for media type. Meanwhile, the analyzed content characteristics (content type, dialogic loop, and information richness) provided distinct descriptions.