



PROSES PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL PEMERINTAH : MANFAAT DAN RISIKO

PROCESS OF GOVERNMENT SOCIAL MEDIA MANAGEMENT : BENEFIT AND RISK

Andhini Hastrida

Pascasarjana Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Indonesia

Jl. Salemba Raya 4, Jakarta

Email: andhini.hastrida@ui.ac.id

(Diterima: 23-04-2021; Direvisi: 02-12-2021; Disetujui terbit: 15-12-2021)

Abstrak

Media sosial telah menjadi salah satu pilihan yang digunakan pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat dan menjalankan fungsinya dalam memberikan layanan publik. Pengelolaan media sosial pemerintah membutuhkan budaya organisasi disertai dukungan dari seluruh jajaran aparat pemerintah untuk dapat berbagi informasi kepada publik, mendorong terciptanya transparansi, membuka diri untuk perbaikan dan meningkatkan kolaborasi dengan masyarakat. Artikel ini mengulas pengelolaan media sosial pemerintah menggunakan kajian literatur dari penelitian-penelitian sebelumnya. Hasil kajian melihat bahwa keberhasilan penggunaan media sosial ditandai dengan adanya pembagian informasi, kolaborasi massal dan transaksi sosial sebagai hubungan yang saling mendukung antara pemerintah dengan masyarakat. Risiko terkait penggunaan media sosial pemerintah perlu dikelola dengan baik baik dari sisi kebijakan maupun teknologi, dan penerapan budaya *sharing*, *transparency*, *openness* dan *collaboration* (STOC) dapat dipertimbangkan untuk merealisasikan manfaat penuh dari pengelolaan media sosial pemerintah.

Kata Kunci: Media Sosial, Pemerintah, Layanan Publik, *E-Government*

Abstract

Social media has become one of the options used by the government to communicate with the public and carry out its function in providing public services. Government social media management requires an organizational culture accompanied by support from all levels of government officials to be able to share information with the public, encourage transparency, be open to improvement and increase collaboration with the community. This article reviews the government's social media management using a literature review from previous studies. The results of the study see that the successful use of social media is marked by the sharing of information, mass collaboration and social transactions as a mutually supportive relationship between the government and the community. Risks related to the use of government social media need to be managed properly both in terms of policy and technology, and the application of a culture of sharing, transparency, openness and collaboration (STOC) can be considered to realize the full benefits of government social media management.

Keywords: *Social Media, Government, Public Service, E-Government*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia digital dalam satu dekade terakhir menghadirkan berbagai macam teknologi yang memudahkan orang-orang mengakses informasi. Masuknya internet ke dalam kehidupan manusia telah memungkinkan orang-orang membangun kehidupan sosialnya secara daring melalui

berbagai *platform*. Data yang dilansir *wearesocial.com* tahun 2021 mengungkapkan bahwa teknologi yang terhubung (*connected tech*) menjadi bagian yang semakin penting dalam kehidupan orang-orang selama setahun terakhir. Keberadaan media sosial, *e-commerce*, konten *streaming*, dan *game* mengalami

pertumbuhan yang signifikan. Jumlah pengguna media sosial juga terus bertambah, dengan rata-rata 13 pengguna baru setiap detik. Pada Oktober 2021, angka pengguna media sosial meningkat hingga mencapai 4,55 miliar (Kemp 2021).

Semakin banyaknya pengguna media sosial ini membuat instansi pemerintah juga mulai memanfaatkan keberadaan media sosial untuk terhubung dengan masyarakat yang dilayani. Bertot et al. (2010) melihat bahwa media sosial menawarkan kepada pemerintah potensi untuk meningkatkan partisipasi demokrasi dengan mendorong publik untuk memiliki suara dalam pembuatan kebijakan, bekerja dengan publik untuk meningkatkan layanan, mengumpulkan ide, dan meningkatkan transparansi. Pemerintah di berbagai tingkatan mencari sarana komunikasi yang lebih baik, lebih transparan, dan lebih bisa memfasilitasi partisipasi maupun kolaborasi dengan masyarakat dalam berbagai kegiatan pemerintah. Akibatnya, semakin banyak lembaga pemerintah yang mulai menggunakan media sosial sebagai bagian dari saluran interaksi mereka dengan masyarakat (Nepal, Paris, and Georgeakopoulos 2015).

Dengan memanfaatkan media sosial, pemerintah dapat memberi informasi kepada masyarakat dan mempromosikan layanan publik, juga dapat memberdayakan masyarakat biasa dalam berbagi rancangan untuk ide layanan mandiri di masa depan (Khan 2017). Literatur tentang penggunaan media sosial oleh pemerintah telah mencatat bahwa *platform* ini menyediakan berbagai fungsi demokrasi bagi lembaga pemerintah, dalam kemampuannya untuk meningkatkan transparansi dan partisipasi masyarakat (DePaula, Dincelli, and Harrison 2018; Bertot et al. 2010b).

Meskipun penggunaan media sosial oleh pemerintah telah meningkat pesat belakangan ini dan berbagai studi memperlihatkan manfaat yang dapat diperoleh darinya, bukan berarti penggunaan media sosial pemerintah ini tanpa risiko. Karakteristik media sosial yang bersifat dua arah dan diharapkan dapat memberi manfaat dalam komunikasi antara pemerintah dan masyarakat akan menjadi percuma bahkan dapat menjadi masalah jika media sosial pemerintah tidak dikelola dengan tepat. Sejumlah tantangan signifikan perlu diperhatikan, di antaranya terkait privasi masyarakat, kebenaran konten, kebijakan dan kerangka kerja tata kelola, integrasi media sosial dengan proses bisnis organisasi, dan rencana manajemen risiko (Nepal, Paris, and Georgeakopoulos 2015; Webber 2012; Bertot, Jaeger, and Hansen 2012).

Interaksi *online* antar pihak yang terlibat dapat menimbulkan dampak positif maupun negatif bagi pemerintah. Maka, penggunaan media sosial oleh pemerintah memerlukan manajemen khusus dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasinya (Kartikawangi 2020). Dengan segala manfaat, tantangan dan risiko yang dimiliki media sosial, peran media sosial di bidang pemerintahan masih perlu ditelaah kembali terkait dengan arus informasi dan ketersediaan informasi dari pemerintah, penggunaan teknologi informasi untuk menyediakan layanan yang inovatif, dampak teknologi informasi pada hubungan antara yang diperintah dan yang memerintah, dan semakin pentingnya kebijakan terkait informasi dan teknologi informasi untuk praktik demokrasi (Criado, Sandoval-Almazan, and Gil-Garcia 2013).

Karakteristik lembaga pemerintahan yang cenderung kaku karena terikat dengan berbagai peraturan perundangan membuat

penggunaan media sosial oleh pemerintah menjadi cukup berbeda dengan penggunaan oleh perusahaan swasta maupun perorangan. Artikel ini mencoba membahas proses dan hal-hal yang dapat dilakukan dalam pengelolaan media sosial pemerintah melalui studi literatur terhadap kajian ilmiah terdahulu.

LANDASAN TEORI

Kaplan & Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknis dari Web 2.0, dan memungkinkan pembuatan maupun pertukaran konten yang dihasilkan pengguna (*user generated content*). Media sosial juga dipahami dengan mengacu pada seperangkat alat *online* yang dirancang untuk dan berpusat di sekitar interaksi sosial (Bertot, Jaeger, and Hansen 2012). Media sosial dianggap telah membuka kemungkinan baru yang belum pernah terjadi sebelumnya untuk melibatkan publik dalam pekerjaan pemerintah (Lee and Kwak 2012). Senada dengan hal itu, Criado, Sandoval-Almazan, and Gil-Garcia (2013) melihat bahwa penggunaan media sosial di pemerintahan mengubah lanskap lembaga publik dan birokrasi di seluruh dunia melalui dimensi alat (*tools*), tujuan (*goals*), dan topik (*topics*).

Menurut Mergel and Bretschneider (2013), proses adopsi media sosial pemerintah melewati tahapan-tahapan yang serupa dengan apa yang dilalui oleh semua teknologi informasi dan komunikasi baru ketika diperkenalkan, yaitu tahap eksperimen (*experimentation*), tahap kekacauan terkoordinasi (*coordinated chaos*), dan tahap pelembagaan (*institutionalization*), dengan adanya kemungkinan bahwa beberapa organisasi

tidak melalui semua tahapan, atau mungkin melalui tahapan-tahapan tersebut dengan kecepatan yang berbeda.

Penelitian terkait penelolan media sosial pemerintah telah cukup banyak dilakukan dalam sepuluh tahun terakhir. Pembahasannya pun cukup beragam, baik yang mendukung penggunaannya maupun yang mempertanyakan. Namun secara umum, dapat dilihat bahwa tujuan utama dari media sosial pemerintah sendiri adalah memanfaatkan teknologi media sosial di sektor publik agar pemerintah dapat lebih transparan, terbuka, mudah diakses, dan kolaboratif (Gohar F. Khan 2017).

Center for Technology in Government (Hrdinová, Helbig, and Peters 2010) menyatakan bahwa pengembangan kebijakan tentang media sosial dapat menjadi langkah pertama yang penting diambil oleh lembaga pemerintah yang ingin menggunakan media sosial. Kebijakan yang dibuat dapat menjadi pendorong utama untuk memanfaatkan fungsi media sosial secara bertanggung jawab dan efektif.

Bertot, Jaeger, and Hansen (2012) membahas kerangka peraturan yang ada dan cara penerapannya pada penggunaan media sosial oleh pemerintah, menyoroti peluang dan tantangan yang dihadapi lembaga dalam implementasi, serta kemungkinan pendekatan untuk mengatasi tantangan ini. Kavanaugh et al. (2012) melihat bagaimana pejabat pemerintah berupaya memanfaatkan sumber daya media sosial untuk meningkatkan layanan dan komunikasi dengan warga, dan menemukan bahwa dengan melihat efisiensi komunikasi yang disediakan oleh media sosial, ditambah dengan potensi untuk menjangkau banyak konstituen dengan cepat, pemerintah harus berusaha

memahami dan memanfaatkan saluran komunikasi ini.

Di 2014, Khan membahas mengenai pemerintah berbasis media sosial (*social-media-based government*), mengungkap konsep budaya berbagi/*sharing* (S), transparansi/*transparency* (T), keterbukaan/*openness* (O), dan kolaborasi/*collaboration* (C) yang kemudian disebutnya sebagai budaya STOC. Tanpa budaya ini, menurutnya, penggunaan media sosial pemerintah tidak akan dapat memberikan manfaat secara penuh, seperti mempromosikan transparansi, keterbukaan, memerangi korupsi, dan memberdayakan masyarakat dalam menciptakan layanan publik (Khan, Swar, and Lee 2014; Gohar F. Khan 2017; Khan 2015a).

Dalam penelitian Khan (2015), digambarkan sebuah model konseptual penggunaan media sosial di sektor publik yang menggambarkan konsep penggunaan media sosial oleh pemerintah untuk melakukan sosialisasi informasi, menjalin kolaborasi massal, dan menyediakan layanan *online* yang nyata melalui saluran produsen dan konsumen (atau *prosumers*, yaitu, lembaga pemerintah, masyarakat negara, dan industri) dari layanan pemerintah yang terhubung. Pada model tersebut, aliran layanan dibuat dua arah, yang menunjukkan bahwa mereka diproduksi bersama oleh pemerintah dan masyarakat, tergantung pada keberadaan infrastruktur teknis dan sosial yang ada.



Gambar 1 Model konseptual penggunaan media sosial di sektor publik (Khan 2015)

Studi dari Song & Lee (2016) menemukan bahwa media sosial merupakan sarana yang efektif bagi pemerintah untuk meningkatkan kepercayaan warga terhadap pemerintah dengan meningkatkan persepsi mereka tentang transparansi pemerintah. Sementara itu, DePaula, Dincelli, and Harrison (2018) berpendapat bahwa sebagian besar penggunaan media sosial oleh pemerintah adalah untuk tujuan simbolis dan presentasi, yang dinilai dapat menciptakan ekspektasi tertentu dari masyarakat terhadap pemerintah dari apa yang ditampilkan di media sosial.

Perspektif lain dari penggunaan media sosial pemerintah dapat dilihat pada penelitian Haryanti & Rusfian (2019) yang menggunakan perspektif kesenjangan digital dalam mendeskripsikan penggunaan media sosial oleh pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemerintah melalui media sosial belum sepenuhnya mampu menjembatani kesenjangan digital khususnya di daerah pedesaan. Kesenjangan digital menimbulkan masalah-masalah tersendiri yang berpengaruh pada efektivitas komunikasi pemerintah dengan masyarakat tersebut.

Penggunaan media sosial pemerintah seringkali masih bersifat satu arah tanpa banyak memperhatikan dialog dan diskusi. Studi dari Zavattaro and Brainard (2019) memperkenalkan kerangka kerja untuk memahami bagaimana preferensi penggunaan media sosial milenial dapat membantu pemerintah mengubah etos penyampaian mereka untuk kemudian menciptakan nilai publik baik dari sisi pemerintah dan masyarakat. Chen et al. (2020) menggunakan data yang diambil dari 'Healthy China', akun Sina Weibo resmi dari Komisi Kesehatan Nasional Cina

untuk memeriksa bagaimana keterlibatan masyarakat di media sosial pemerintah dari perspektif *Media Richness Theory* dan *Dialogic Communication Theory*. Studi ini membuktikan bahwa jika instansi pemerintah gagal menggunakan *emotional valence* dan *media richness* secara tepat, *media richness* yang tinggi dapat mengurangi keterlibatan masyarakat melalui media sosial pemerintah.

METODE PENELITIAN

Kajian ini dilakukan menggunakan metode studi literatur. Studi literatur merupakan ringkasan tertulis mengenai artikel dari jurnal, buku dan dokumen lainnya yang mendeskripsikan teori serta informasi, baik di masa dahulu maupun saat ini, kemudian mengorganisasikan pustaka tersebut ke dalam topik dan dokumen yang dibutuhkan (Creswell 2014). Studi literatur dilakukan dengan cara menghimpun data dan sumber yang berhubungan dengan topik penelitian. Data yang dikumpulkan kemudian dikelompokkan dan dianalisis untuk kemudian dibahas menjadi beberapa sub topik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Proses penggunaan media sosial pemerintah

Media sosial telah digunakan dalam layanan pemerintah belakangan ini, dan proses adopsi terus berkembang. Khan (2015) menemukan bahwa sebagian besar pemerintah di dunia menggunakan media sosial hanya untuk tujuan informasional. Padahal, media sosial berpotensi membangun kolaborasi massal melalui saluran media sosial, sumber masyarakat, koreksi layanan, dan menyediakan transaksi *online* yang berwujud melalui saluran media sosial di web 2.0. Melalui

media sosial, pemerintah dapat menyediakan layanan *online* di berbagai tingkatan, termasuk pemerintah-ke-pemerintah (*Government to Government/G to G*), pemerintah-ke-masyarakat (*Government to citizen/G to C*), pemerintahan-ke-bisnis dan pemerintahan-ke-pegawai (*Governement to Business & Governemt to Employee/G to B & G To E*), masyarakat-ke-pemerintah (*Citizen to Government/C to G*).

Penggunaan media sosial oleh pemerintah menawarkan beberapa peluang kunci untuk teknologi (Bertot et al. 2010a). Pertama, adanya partisipasi dan keterlibatan demokratis, kedua, munculnya produksi bersama (*co-production*), yaitu ketika pemerintah dan publik secara bersama-sama mengembangkan, merancang, dan memberikan layanan pemerintah untuk meningkatkan kualitas, penyampaian, dan daya tanggap layanan. Ketiga, solusi dan inovasi *crowdsourcing*, di mana pemerintah melakukan proses pembuatan inovasi melalui pengetahuan dan kemampuan publik dengan tujuan mengembangkan solusi inovatif untuk masalah sosial berskala besar. Salah satu contoh bentuk *crowdsourcing* adalah praktik penanggulangan isu hoaks di situs *turnbackhoax.id* dan Mafindo. Hasil penelitian Saidah (2020) menunjukkan bahwa *crowdsourcing* partisipasi publik dapat menjadi salah satu cara untuk menangkal berita hoaks di dunia maya. Pemanfaatan kemampuan manusia dan kemampuan kolektif dapat digunakan dalam membuat kontra narasi dari isu hoaks yang berkembang.

Sejalan dengan meningkatnya eksplorasi dari penggunaan media sosial oleh pemerintah bagi kepentingan umum, para peneliti mendokumentasikan penggunaannya dan menyarankan

beberapa model untuk penggunaan pengelolaan media sosial pemerintahan (Lee and Kwak 2012; Mergel and Bretschneider 2013; Khan 2015). Khan (2017) menyajikan beberapa model yang mendokumentasikan penggunaan media sosial di sektor publik berdasarkan beberapa studi yang telah dilakukan sebelumnya.

Model Pemanfaatan Media Sosial (Social Media Utilization Model)

Model ini dikembangkan oleh Khan (2013). Pada model ini media sosial di sektor publik dilihat dari perspektif masyarakat, mengenai bagaimana media sosial dapat digunakan untuk melibatkan dan melayani masyarakat. Tahapan yang diusulkan dapat diterapkan pada urutan apa pun terlepas dari tahapan lainnya, yaitu:

- Tahap Sosialisasi Informasi: konsep penggunaan media sosial terutama untuk tujuan informasi dan partisipatif. Sosialisasi informasi dilakukan melalui pembentukan halaman media sosial resmi lembaga untuk pengiriman informasi atau berita sehari-hari kepada masyarakat.
- Tahap Kolaborasi Massal: konsep untuk menggunakan kekuatan kolaboratif dari media sosial dalam memanfaatkan kecerdasan kolektif. Kolaborasi massal melalui media sosial dapat berperan penting untuk *crowdsourcing*, regulasi, penegakan hukum, dan kolaborasi lintas lembaga. Pada tahap ini, pemerintah bergerak lebih jauh untuk penyebaran informasi hingga pembentukan upaya kolaborasi massal melalui media sosial.
- Tahap Transaksi Sosial: merupakan tahap lanjutan di mana pemerintah mencoba menggunakan media sosial untuk menyediakan layanan *online* yang nyata (*tangible*) ke masyarakat.

Model Proses Adopsi untuk Media Sosial (Adoption Process for Social Media)

Mergel and Bretschneider (2013) menyarankan tiga tahap proses adopsi untuk penggunaan media sosial di sektor publik, yaitu:

- Tahap *Decentralized, Informal Early Experimentation*: sebagian besar penggunaan media sosial di sektor publik merupakan eksperimen *bottom-up* informal yang dilakukan oleh beberapa orang pegawai yang inovatif demi departemen atau layanan mereka sendiri. Tahap ini memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan khalayak dan bagi pemerintah untuk menyediakan saluran inovatif untuk representasi, penyebaran informasi, dan pendidikan.
- Tahap *Coordinated Chaos*: eksperimen yang telah dilakukan sebelumnya mengarah pada peningkatan kesadaran akan aktivitas media sosial di seluruh organisasi. Media sosial mulai menggunakan standar untuk menghindari bahaya yang mungkin timbul akibat praktik media sosial di tahap sebelumnya. Tahap ini ditandai oleh standar informal yang muncul sebagai akibat dari konsekuensi yang tidak diinginkan, pegawai mulai menyetujui dan menulis standar informal, menjelaskan *best practice* untuk memberikan pedoman, dan meningkatkan perhatian kepada rekan-rekan mereka di seluruh pemerintahan.
- Tahap *Institutionalization and Consolidation*: mencakup pedoman yang jelas untuk penggunaan media sosial di sektor publik, ditandai dengan publikasi strategi media sosial organisasi secara resmi atau adanya dokumen kebijakan yang dirancang

untuk mengarahkan praktik media sosial di organisasi.

Model Kerangka Kerja untuk Penggunaan Pemerintah Web 2.0 (Framework for Government Use of Web 2.0)

Kerangka kerja ini dikembangkan oleh Chang and Kannan (2008) sebagai bagian dari laporan yang diterbitkan *iBM Center for The Business of Government*, yaitu:

- Tahap *Communication-Focused Uses*: pada tahap ini, tujuan utama dari media sosial adalah untuk menyebarkan informasi pemerintah kepada masyarakat.
- Tahap *Interaction-Focused Uses*: difokuskan pada interaksi dua arah dan komunikasi dengan masyarakat. Tujuan utama penggunaan fokus interaksi adalah untuk memanfaatkan "*wisdom of the crowd*" untuk meningkatkan layanan pemerintah.
- Tahap *Service-Focused Uses*: menggabungkan efek jaringan dari komputasi sosial dengan peran perantara anggota jaringan untuk memberikan layanan yang disesuaikan kepada masyarakat.

2. Kebijakan Dan Implementasi Pengelolaan Media Sosial Oleh Pemerintah

Selain dimanfaatkan untuk mencoba mempromosikan keterlibatan masyarakat dengan program-program pemerintah melalui media sosial, beberapa pemerintah telah melangkah lebih jauh dengan menggunakan media sosial sebagai *platform* untuk kampanye politik (Dwivedi et al. 2017). Salah satu kasusnya adalah penggunaan media sosial dalam kebutuhan *political marketing* di masa Pemilihan Umum 2014 di Indonesia, di mana media sosial banyak dipilih untuk digunakan karena dinilai dapat menjangkau lebih

banyak sasaran pemilih dengan anggaran dana yang minim (Juditha 2015).

Pengembangan kebijakan penggunaan media sosial di sektor publik memiliki banyak tantangan, salah satunya karena adanya kebutuhan untuk menyelaraskan kebijakan. Kemampuan media sosial untuk menciptakan dialog yang bersifat langsung dan interaktif menciptakan tantangan kebijakan yang nyata, karena banyak kebijakan yang terkait dengan penggunaan media ada sebelum hadirnya teknologi media sosial. Akibatnya, banyak dari kebijakan tersebut tidak secara memadai membahas kapasitas teknologi, operasi, atau fungsi media sosial. Terdapat area kritis yang terkait dengan privasi, partisipasi elektronik dan demokratisasi, akses, dan keterlibatan (Bertot, Jaeger, and Hansen 2012).

Dengan komunikasi pemerintah di media sosial, masyarakat merasa lebih terlibat dengan lembaga, dan kemudian dapat mengajukan pertanyaan spesifik tentang kebijakan. Terkadang, hal ini tidak dapat dijawab oleh lembaga karena adanya peraturan atau undang-undang yang mencegahnya menanggapi pertanyaan tersebut. Hal ini jelas bermasalah, karena harapan masyarakat dengan menggunakan media sosial adalah agar segera mendapat respon (Nepal, Paris, and Georgeakopoulos 2015).

Implementasi penggunaan media sosial dapat dijelaskan melalui beberapa skenario (Khan 2017):

- *Standalone scenario*: pemerintah tidak memerlukan infrastruktur teknis, keuangan, dan *e-government yang rumit*, namun cukup menggunakan komputer yang terhubung ke jaringan internet dan sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan dasar tentang media sosial.

- *Nested Scenario*: pemerintah mendayagunakan media sosial sebagai alat untuk kolaborasi internal, kolaborasi eksternal dan penyediaan layanan. Ini diterapkan oleh sebagian besar negara dengan ekonomi yang berkembang maupun transisi (Khan 2013).
- *Hybrid Scenario*: kebanyakan dilakukan oleh negara maju, di mana pemerintah sepenuhnya memanfaatkan sumber daya keuangan dan manusia, infrastruktur *e-government* dan teknologi seluler untuk menerapkan pemerintahan berbasis media sosial (*social media based-government*) secara maksimal.

Kebijakan penggunaan media sosial bisa jadi berbeda di setiap negara. Di Indonesia, penggunaan media sosial pemerintah dipandang sebagai salah satu bentuk inovasi dalam tata kelola pemerintahan yang memaksimalkan pemanfaatan teknologi. Beberapa manfaat penggunaan media sosial bagi pemerintah di antaranya adalah untuk mendorong efisiensi dalam pemerintahan, memulihkan kepercayaan masyarakat yang turun, menghadapi perkembangan jaman, dan sebagai sarana komunikasi krisis dan bencana alam (Kementerian Komunikasi dan Informatika 2018). Dalam Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah (Menteri PAN RB Republik Indonesia 2012), pengelolaan media sosial pemerintah meliputi penentuan sasaran yang tepat sesuai dengan segmentasi teknografis yang dibuat, memilih penggunaan akun media sosial yang sesuai dengan sasaran yang telah ditentukan, membuat dan mengunggah konten dengan menggunakan *tag*, memantau percakapan yang terjadi di media sosial, menjawab komentar, masukan, atau pertanyaan yang

masuk dari masyarakat, menganalisis seluruh masukan khalayak (*wisdom of the crowd*) sebagai umpan balik bagi pembuatan ataupun perbaikan kebijakan, memberikan rekomendasi untuk tindak lanjut dari kegiatan, program, ataupun kebijakan sesuai dengan masukan dan aspirasi masyarakat, serta menyebarluaskan kebijakan dan tindak lanjut pelaksanaan program.

Penerapan budaya STOC (Khan 2017; Khan 2015a) ditengarai dapat merealisasikan manfaat penuh dari pengelolaan media sosial pemerintah, seperti mempromosikan transparansi, keterbukaan, pemberantasan korupsi, dan pemberdayaan masyarakat dalam partisipasi layanan publik. Budaya ini adalah konstruksi gabungan yang membutuhkan pemeliharaan dari sisi administrasi, keuangan, politik, mandat hukum, dan perubahan perilaku di semua tingkat sektor publik. Pemerintah harus mulai mempertimbangkan media sosial sebagai alat strategis untuk melayani masyarakat secara efektif, menyuarakan hak-hak masyarakat dan pada saat yang sama mengurangi biaya administrasi (Khan 2017).

3. Tantangan Dan Risiko Penggunaan Media Sosial Oleh Pemerintah

Penggunaan media sosial tidak selalu dilakukan secara maksimal di pemerintahan. Tingginya jumlah pengikut palsu dan maraknya aksi buzzer politik di media sosial juga bisa mendukung bahwa satu-satunya minat lembaga untuk berada di media sosial adalah untuk menyebarkan informasi (Idris 2018). Sobaci and Karkin (2013) mengamati bahwa penggunaan media sosial pemerintah yang tidak menyampaikan layanan publik yang transparan, partisipatif, dan berorientasi masyarakat berpotensi menimbulkan

masalah karena dapat menentukan ekspektasi komunikasi dua arah dan kebutuhan untuk didengarkan.

Fenomena hoaks di media sosial juga dipandang menimbulkan beragam masalah. Laporan DailySocial (2018) menunjukkan bahwa lebih dari separuh (53%) dari total responden menyatakan sering menerima hoaks yang disebarakan melalui *platform* sosial mereka. Pembuatan konten hoaks ini merupakan kemampuan pengguna sepenuhnya, baik menciptakan, mengubah atau memodifikasi, hingga menyebarkan kembali melalui media sosial. Efek dari penyebaran pesan hoaks ini diperparah dengan kondisi sebagian besar masyarakat Indonesia yang cenderung mudah percaya begitu saja dengan berita yang beredar (Juditha 2018).

Hal-hal demikian mendatangkan tantangan dalam penggunaan media sosial di sektor pemerintah. Masalah lainnya adalah isu privasi, keamanan, manajemen data, aksesibilitas, inklusi sosial, dan tata kelola. Tantangannya termasuk mencari sumber daya aktivitas media sosial, bertindak berdasarkan wawasan yang diperoleh, menyiapkan pedoman dan kebijakan, dan mengevaluasi keberhasilan (Nepal, Paris, and Georgeakopoulos 2015).

Terkait privasi, pengguna media sosial yang pernah mengalami ancaman langsung di media sosialnya menunjukkan kesadaran lebih atas keamanan bermedia sosial dengan meningkatkan level keamanan akun miliknya. Pengguna juga menjadi lebih waspada dalam memberikan izin untuk mengakses perangkat pribadi. Pengguna yang lebih sadar akan pentingnya pengaturan kata sandi umumnya juga memiliki tingkat kesadaran yang lebih tinggi (Revilia and Irwansyah 2020).

Pemerintah di berbagai belahan dunia telah memperketat undang-undang privasi

mereka untuk melindungi privasi individu. Keamanan dan manajemen data juga merupakan masalah yang terkait dengan privasi (Nepal, Paris, and Georgeakopoulos 2015). Khan (2017) mengungkapkan bahwa keterlibatan media sosial pemerintah sangat bergantung pada platform pihak ketiga untuk menyebarkan informasi, membangun jaringan dengan masyarakat, dan membangun komunikasi dua arah. Hal ini membawa sejumlah masalah keamanan, hukum, privasi, dan etika yang berkisar dari *malware*, hak pengguna akhir, kebebasan berbicara, kontrol dan kepatuhan, sensor, undang-undang anti-pembajakan, hak kekayaan intelektual, penggunaan komersial, hak untuk dilupakan, dan kepemilikan data. Risiko terkait media sosial perlu dikelola dengan baik baik dari sisi kebijakan maupun teknologi (Kayes and Iamnitchi 2017; Ciancio and Dennett 2015; Kartikawangi 2020).

Untuk meminimalkan kerusakan, lembaga memerlukan strategi manajemen risiko media sosial yang dapat dilakukan melalui empat langkah berulang, yaitu mengidentifikasi, mengakses, memitigasi, dan mengevaluasi (Khan, Swar, and Lee 2014). Pada tahap identifikasi, potensi risiko diidentifikasi yang kemudian dinilai dan diprioritaskan dalam hal probabilitas kejadian dan dampak pada instansi dalam tahap penilaian. Pada tahap mitigasi risiko, strategi mitigasi risiko dirumuskan dan dilaksanakan. Terakhir, penilaian dan tinjauan berkala dilakukan dalam tahap evaluasi *loop* manajemen risiko.

Menurut Webber (2012), risiko utama yang diidentifikasi dari penggunaan media sosial oleh pemerintah adalah (1) rusaknya reputasi, (2) terbukanya informasi rahasia, (3) pelanggaran hukum, peraturan, dan kepatuhan, (4) pencurian identitas dan pembajakan, dan (5) hilangnya kekayaan

intelektual. Risiko media sosial potensial lainnya termasuk, *malware*, privasi, dan serangan manipulasi psikologis.

Salah satu praktik risk management dalam pengelolaan media sosial dilakukan oleh *The Australian Government Department of Human Services* yang telah menggunakan media sosial sejak tahun 2009. Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan merencanakan risiko-risiko dan masalah potensial lainnya yang dapat muncul. Kemudian, informasi tersebut digunakan untuk menyusun rencana manajemen risiko yang menguraikan risiko, bagaimana menanganinya, mengukur konsekuensinya dan menunjuk seorang pelaksana yang bertanggung jawab untuk menerima setiap risiko. Rencana ini diedarkan ke semua pemangku kepentingan terkait untuk mendapatkan persetujuan. Pengelola memanfaatkan para ahli di bidangnya untuk membantu memastikan pengelolaan media sosialnya dilakukan dengan benar (Ciancio and Dennett 2015).

4. Penggunaan Media Sosial Pemerintah di Indonesia

Salah satu pertanyaan yang muncul dari konsep-konsep penggunaan media sosial pemerintah adalah mengenai bagaimana praktik penggunaan media sosial di lembaga pemerintah di Indonesia. Sebagian besar instansi pemerintahan di Indonesia sudah mulai menggunakan media sosial dalam membangun komunikasi dengan masyarakat. Studi yang dilakukan Suryadharma and Susanto (2017) menunjukkan ada lima faktor yang berpengaruh terhadap tindakan masyarakat untuk berpartisipasi dengan akun media sosial milik pemerintah, yaitu kemudahan penggunaan media, kebutuhan informasi, persepsi kegunaan, kepercayaan kepada instansi pemerintah, dan *repost content*.

Contoh fungsi dan pengelolaan media sosial pemerintah yang mencerminkan penggunaan media sosial dari pemerintah ke masyarakat (G to C) dan masyarakat ke pemerintah (C to G) adalah kasus “Cicak” Vs “Buaya” pada tahun 2009 di mana masyarakat menunjukkan aktivitas kolaborasi massal melalui media sosial untuk membela KPK untuk terus menjalankan fungsinya sekaligus menuntut pembebasan Bibit Samad Riyanto dan Chandra Hamzah. Di sisi lain, Polri juga menggunakan media sosial untuk melakukan penyelidikan tindakan suap dan korupsi ketua KPK. Intervensi dari masyarakat ke pemerintah menghasilkan tekanan publik yang menekan agar kasus ini dapat diusut secara tuntas (Gazali 2014).

Proses penggunaan dan strategi komunikasi media sosial oleh pemerintah di Indonesia dapat dilihat dari beberapa studi terkait dengan media sosial pemerintah daerah (Cahyani 2020; Effendi, Hendra, and Matondang 2019; Juanda 2017; Furqon et al. 2018; Darwis and Rizal 2015; Juditha 2017; Nindito, Madyatmadja, and Dian Sano 2019) ataupun pemerintah pusat (Azeem and Toni 2018; Goeritman 2021; Saidah and Rusfian 2020; Idris 2018). Beberapa lembaga dinilai telah mengelola akun media sosialnya secara serius (Cahyani 2020; Azeem and Toni 2018) dan menilai media sosial sangat penting dalam membangun hubungan masyarakat pemerintah yang efektif serta untuk mengelola isu-isu publik (Saidah and Rusfian 2020), walaupun sebagian penelitian menyebutkan bahwa akun media sosial pemerintah masih dinilai kurang interaktif (Juanda 2017; Idris 2018).

Penggunaan *social network analysis* pada percakapan media sosial instansi pemerintah Indonesia dalam studi Idris (2018) menemukan terjadinya komunikasi

simetris dua arah, namun dengan cara yang terbatas. Sedikit interaksi ditemukan dalam percakapan selama krisis organisasi dan komunikasi darurat, lembaga menunjukkan kurangnya respons dan lebih mengandalkan akun palsu dan buzzer politik untuk memperkuat pesan. Selama krisis organisasi dan keadaan darurat di mana reputasi Kementerian dipertaruhkan, instansi bahkan tidak menjawab satu pertanyaan pun.

Data penetrasi internet secara global memberi gambaran betapa media baru dan internet telah menjadi saluran utama dalam mengakses berbagai informasi. Namun, studi pada masyarakat di Sulawesi Selatan menemukan bahwa informasi terkait pemerintah yang didistribusikan melalui media sosial resmi pemerintah itu sendiri hanya diakses sebanyak 8.33% saja (Juditha 2017). Rendahnya interaksi yang terjadi dalam pengelolaan media sosial pemerintah juga ditunjukkan dari studi yang telah dilakukan pada 39 laman media sosial pemerintah daerah di mana hanya 21% media sosial pemerintah daerah di Indonesia yang termasuk kategori populer. Hal ini berkaitan dengan interaksi yang terjadi antara pemerintah dan masyarakat di media sosial, dibuktikan dengan masih rendahnya tingkat partisipasi dan kolaborasi antara masyarakat dengan pemerintah di media sosial (Izzati et al. 2018).

PENUTUP

Kesimpulan

Esensi dari pengelolaan media sosial pemerintah adalah hubungan yang bersifat interaktif antara pemerintah (penyelenggara otoritas negara) dengan masyarakat melalui media sosial. Ukuran keberhasilan media sosial dalam hal ini adalah adanya pembagian informasi, kolaborasi massal dan transaksi sosial sebagai yang saling

mendukung antara pemerintah dengan konstituennya. Melalui media sosial, masyarakat mendapatkan kesempatan untuk berbicara, mengekspresikan diri dan pikirannya, termasuk juga mengkritik pemerintah secara langsung dan terbuka.

Dalam konteks yang lebih luas, masyarakat juga dapat berpartisipasi aktif dalam upaya pemberantasan korupsi, pelaksanaan reformasi birokrasi, mendorong penegakan hukum, menjaga proses demokrasi, serta memastikan tata pemerintahan yang baik melalui media sosial pemerintah. Risiko terkait penggunaan media sosial pemerintah perlu dikelola dengan baik baik dari sisi kebijakan maupun teknologi, maka lembaga pemerintah memerlukan strategi manajemen risiko untuk meminimalkan kerusakan. Penerapan budaya *sharing*, *transparency*, *openness* dan *collaboration* (STOC) dapat dipertimbangkan untuk merealisasikan manfaat penuh dari pengelolaan media sosial pemerintah.

Saran

Penelitian mengenai media sosial pemerintah perlu dilakukan dengan melihat keterkaitan konsep yang ada dengan kasus-kasus praktis di lapangan dan juga ditinjau dari aspek audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Azeem, Mohammad Ribhul, and Ahmad Toni. 2018. "Strategi Humas Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Pengelolaan Jejaring Sosial." *Jurnal Komunikasi* 10 (2): 115–30.
- Bertot, John Carlo, Paul T. Jaeger, Sean Munson, and Tom Glaisyer. 2010a. "Engaging the Public in Open Government: Social Media Technology and Policy for Government Transparency." *Federal*

- Register*, no. February: 1–18. http://www.tmsp.umd.edu/TMSPreports_files/6.IEEE-Computer-TMSP-Government-Bertot-100817pdf.pdf.
- . 2010b. “Social Media Technology and Government Transparency.” *Computer* 43 (11): 53–59. <https://doi.org/10.1109/MC.2010.325>.
- Bertot, John Carlo, Paul T Jaeger, and Derek Hansen. 2012. “The Impact of Polices on Government Social Media Usage: Issues, Challenges, and Recommendations.” *Government Information Quarterly* 29 (1): 30–40. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2011.04.004>.
- Cahyani, Adelia Masrifah. 2020. “Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Melalui Media Sosial.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10 (1): 1–16. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.1-16>.
- Chang, Ai-Mei, and P. K. Kannan. 2008. “Leveraging Web 2.0 in Government.” <http://www.businessofgovernment.org/sites/default/files/LeveragingWeb.pdf>.
- Chen, Qiang, Chen Min, Wei Zhang, Ge Wang, Xiaoyue Ma, and Richard Evans. 2020. “Unpacking the Black Box: How to Promote Citizen Engagement through Government Social Media during the COVID-19 Crisis.” *Computers in Human Behavior* 110 (April): 106380. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106380>.
- Ciancio, Gina, and Amanda Dennett. 2015. “Social Media for Government Services: A Case Study of Human Services.” In *Social Media for Government Services*, edited by Surya Nepal, Cécile Paris, and Dimitrios Georgakopoulos, 25–49. Springer International Publishing Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-319-27237-5_2.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, Inc.
- Criado, J. Ignacio, Rodrigo Sandoval-Almazan, and J. Ramon Gil-Garcia. 2013. “Government Innovation through Social Media.” *Government Information Quarterly* 30 (4): 319–26. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.003>.
- DailySocial. 2018. “Hoax Distribution Through Digital Platforms in Indonesia 2018.” <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-distribusi-hoax-di-media-sosial-2018>.
- Darwis, Yuliandre, and Yeni Rizal. 2015. “Pengaruh Kualitas Informasi Facebook Terhadap Pembentukan Citra Positif Pemerintah Kota Padang.” *Communication* 6 (2): 146–63. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/comm.v6i2.41>.
- DePaula, Nic, Ersin Dincelli, and Teresa M Harrison. 2018. “Toward a Typology of Government Social Media Communication: Democratic Goals, Symbolic Acts and Self-Presentation.” *Government Information Quarterly* 35 (1): 98–108. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2017.10.003>.
- Dwivedi, Yogesh K., Nripendra P. Rana, Mina Tajvidi, Banita Lal, G. P. Sahu, and Ashish Gupta. 2017. “Exploring the Role of Social Media in E-Government: An Analysis of Emerging Literature.” *ACM International Conference Proceeding Series Part F1280* (March): 97–106. <https://doi.org/10.1145/3047273.3047374>.
- Effendi, Muhammad Wahyu, Yan Hendra, and Armansyah Matondang. 2019. “Persepsi Masyarakat Tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram @humas_pemkomedan.” *Perspektif* 8 (1): 20–26. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif>.
- Furqon, Muhammad Ariful, Deny

- Hermansyah, Rita Sari, Alifian Sukma, Yanuandika Akbar, and Nur Aini Rakhmawati. 2018. "Analisis Jenis Posting Media Sosial Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Like Dan Analisis Sentimental Masyarakat." *Jurnal Sioteknologi* 17 (2): 177. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2018.17.2.1>.
- Gazali, Effendi. 2014. "Learning by Clicking: An Experiment with Social Media Democracy in Indonesia." *International Communication Gazette* 76 (4-5): 425-39. <https://doi.org/10.1177/1748048514524119>.
- Goeritman, Happy Indah Nurlita. 2021. "Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial." *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi)* 23 (1): 1-19. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33169/iptekkom.23.1.2021.1-19>.
- Haryanti, Sri, and Effy Zalfiana Rusfian. 2019. "Government Public Relations and Social Media: Bridging the Digital Divide on People with Social Welfare Problems." *JKAP (Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik)* 22 (2): 128. <https://doi.org/10.22146/jkap.34602>.
- Hrdinová, Jana, Natalie Helbig, and Catherine Stollar Peters. 2010. "Designing Social Media Policy for Government: Eight Essential Elements." https://www.ctg.albany.edu/media/public/pdfs/social_media_policy.pdf.
- Idris, Ika Karlina. 2018. "Government Social Media in Indonesia: Just Another Information Dissemination Tool." *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 34 (4): 337-56. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018-3404-20>.
- Izzati, Afifah Nurul, Azmi Pratama, IGAA Mas Aristamy, Nina Fadilah Najwa, and Nur Aini Rakhmawati. 2018. "KATEGORISASI JENIS INTERAKSI PEMERINTAH DAN MASYARAKAT SERTA POPULARITAS MEDIA SOSIAL PEMERINTAH DAERAH." *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)* 14 (1): 68-70. <https://doi.org/https://doi.org/10.21609/jsi.v14i1.567>.
- Juanda, Heri. 2017. "Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh." *Jurnal Peurawi* 1 (1): 1-22.
- Juditha, Christiany. 2015. "Political Marketing Dan Media Sosial." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 19 (2): 225-42.
- . 2017. "Akses Pencarian Dan Penyebaran Informasi Tentang Pemerintah Bidang Komunikasi Dan Informatika Oleh Masyarakat Di Sulawesi Selatan." *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 21: 1-14.
- . 2018. "Interaksi Komunikasi Hoax Azeem, Mohammad Ribhul, and Ahmad Toni. 2018. "Strategi Humas Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Pengelolaan Jejaring Sosial." *Jurnal Komunikasi* 10 (2): 115-30.
- Bertot, John Carlo, Paul T. Jaeger, Sean Munson, and Tom Glaisyer. 2010a. "Engaging the Public in Open Government: Social Media Technology and Policy for Government Transparency." *Federal Register*, no. February: 1-18. http://www.tmsp.umd.edu/TMSPreports_files/6.IEEE-Computer-TMSP-Government-Bertot-100817pdf.pdf.
- . 2010b. "Social Media Technology and Government Transparency." *Computer* 43 (11): 53-59. <https://doi.org/10.1109/MC.2010.325>.
- Bertot, John Carlo, Paul T Jaeger, and Derek Hansen. 2012. "The Impact of Polices on Government Social Media Usage: Issues, Challenges, and Recommendations." *Government Information Quarterly* 29 (1): 30-40.

- <https://doi.org/10.1016/j.giq.2011.04.004>.
- Cahyani, Adelia Masrifah. 2020. "Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Melalui Media Sosial." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10 (1): 1–16. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.1-16>.
- Chang, Ai-Mei, and P. K. Kannan. 2008. "Leveraging Web 2.0 in Government." <http://www.businessofgovernment.org/sites/default/files/LeveragingWeb.pdf>.
- Chen, Qiang, Chen Min, Wei Zhang, Ge Wang, Xiaoyue Ma, and Richard Evans. 2020. "Unpacking the Black Box: How to Promote Citizen Engagement through Government Social Media during the COVID-19 Crisis." *Computers in Human Behavior* 110 (April): 106380. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106380>.
- Ciancio, Gina, and Amanda Dennett. 2015. "Social Media for Government Services: A Case Study of Human Services." In *Social Media for Government Services*, edited by Surya Nepal, Cécile Paris, and Dimitrios Georgakopoulos, 25–49. Springer International Publishing Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-319-27237-5_2.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, Inc.
- Criado, J. Ignacio, Rodrigo Sandoval-Almazan, and J. Ramon Gil-Garcia. 2013. "Government Innovation through Social Media." *Government Information Quarterly* 30 (4): 319–26. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.003>.
- DailySocial. 2018. "Hoax Distribution Through Digital Platforms in Indonesia 2018." <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-distribusi-hoax-di-media-sosial-2018>.
- Darwis, Yuliandre, and Yeni Rizal. 2015. "Pengaruh Kualitas Informasi Facebook Terhadap Pembentukan Citra Positif Pemerintah Kota Padang." *Communication* 6 (2): 146–63. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/comm.v6i2.41>.
- DePaula, Nic, Ersin Dincelli, and Teresa M Harrison. 2018. "Toward a Typology of Government Social Media Communication: Democratic Goals, Symbolic Acts and Self-Presentation." *Government Information Quarterly* 35 (1): 98–108. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2017.10.003>.
- Dwivedi, Yogesh K., Nripendra P. Rana, Mina Tajvidi, Banita Lal, G. P. Sahu, and Ashish Gupta. 2017. "Exploring the Role of Social Media in E-Government: An Analysis of Emerging Literature." *ACM International Conference Proceeding Series Part F1280* (March): 97–106. <https://doi.org/10.1145/3047273.3047374>.
- Effendi, Muhammad Wahyu, Yan Hendra, and Armansyah Matondang. 2019. "Persepsi Masyarakat Tentang Citra Pemerintah Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram @humas_pemkomedan." *Perspektif* 8 (1): 20–26. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif>.
- Furqon, Muhammad Ariful, Deny Hermansyah, Rita Sari, Alifian Sukma, Yanuandika Akbar, and Nur Aini Rakhmawati. 2018. "Analisis Jenis Posting Media Sosial Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Like Dan Analisis Sentimental Masyarakat." *Jurnal Sositologi* 17 (2): 177. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2018.17.2.1>.
- Gazali, Effendi. 2014. "Learning by Clicking: An Experiment with Social Media Democracy in Indonesia." *International Communication Gazette*

- 76 (4-5): 425-39.
<https://doi.org/10.1177/1748048514524119>.
- Goeritman, Happy Indah Nurlita. 2021. "Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial." *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi)* 23 (1): 1-19.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33169/iptekkom.23.1.2021.1-19>.
- Haryanti, Sri, and Effy Zalfiana Rusfian. 2019. "Government Public Relations and Social Media: Bridging the Digital Divide on People with Social Welfare Problems." *JKAP (Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik)* 22 (2): 128.
<https://doi.org/10.22146/jkap.34602>.
- Hrdinová, Jana, Natalie Helbig, and Catherine Stollar Peters. 2010. "Designing Social Media Policy for Government: Eight Essential Elements." https://www.ctg.albany.edu/media/public/pdfs/social_media_policy.pdf.
- Idris, Ika Karlina. 2018. "Government Social Media in Indonesia: Just Another Information Dissemination Tool." *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 34 (4): 337-56.
<https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018-3404-20>.
- Izzati, Afifah Nurul, Azmi Pratama, IGAA Mas Aristamy, Nina Fadilah Najwa, and Nur Aini Rakhmawati. 2018. "KATEGORISASI JENIS INTERAKSI PEMERINTAH DAN MASYARAKAT SERTA POPULARITAS MEDIA SOSIAL PEMERINTAH DAERAH." *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)* 14 (1): 68-70.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21609/jsi.v14i1.567>.
- Juanda, Heri. 2017. "Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh." *Jurnal Peurawi* 1 (1): 1-22.
- Juditha, Christiany. 2015. "Political Marketing Dan Media Sosial." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 19 (2): 225-42.
- . 2017. "Akses Pencarian Dan Penyebaran Informasi Tentang Pemerintah Bidang Komunikasi Dan Informatika Oleh Masyarakat Di Sulawesi Selatan." *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 21: 1-14.
- . 2018. "Interaksi Komunikasi Hoax Di Media Sosial Serta Antisipasinya." *Journal Pekommas* 3 (1): 31-34.
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. 2010. *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*. Vol. 53.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Kartikawangi, Dorien. 2020. "Focus Group Based Evaluation of Social Media Usage in Indonesia's Digital Government." *Asian Journal for Public Opinion Research* 8 (1): 41-58.
<https://doi.org/10.15206/ajpor.2020.8.1.41>.
- Kavanaugh, Andrea L, Edward A Fox, Steven D Sheetz, Seungwon Yang, Lin Tzy Li, Donald J Shoemaker, Apostol Natsev, and Lexing Xie. 2012. "Social Media Use by Government: From the Routine to the Critical." *Government Information Quarterly* 29 (4): 480-91.
<https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.06.002>.
- Kayes, Imrul, and Adriana Iamnitchi. 2017. "Privacy and Security in Online Social Networks: A Survey." *Online Social Networks and Media* 3-4: 1-21.
<https://doi.org/10.1016/j.osnem.2017.09.001>.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2018. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika.
http://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Pengguna

- an_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf.
- Kemp, Simon. 2021. "Digital 2021: GLOBAL OVERVIEW REPORT." <https://datareportal.com/reports/digital-2021-singapore>.
- Khan, Gohar F. 2017. *Social Media for Government. Social Media for Government*. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-2942-4>.
- Khan, Gohar Feroz. 2013. "Social Media-Based Systems: An Emerging Area of Information Systems Research and Practice." *Scientometrics* 95 (1): 159–80. <https://doi.org/10.1007/s11192-012-0831-5>.
- . 2015a. "Models for Social Media-Based Governments." *Asia Pacific Journal of Information Systems* 25 (2): 356–69. <https://doi.org/10.14329/apjis.2015.25.2.356>.
- . 2015b. "The Government 2.0 Utilization Model and Implementation Scenarios." *Information Development* 31 (2): 135–49. <https://doi.org/10.1177/0266666913502061>.
- Khan, Gohar Feroz, Bobby Swar, and Sang Kon Lee. 2014. "Social Media Risks and Benefits: A Public Sector Perspective." *Social Science Computer Review* 32 (5): 606–27. <https://doi.org/10.1177/0894439314524701>.
- Lee, Gwanhoo, and Young Hoon Kwak. 2012. "An Open Government Maturity Model for Social Media-Based Public Engagement." *Government Information Quarterly* 29 (4): 492–503. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.06.001>.
- Menteri PAN RB Republik Indonesia. 2012. *PERATURAN MENTERI PENDAYAGUNAAN APARATUR NEGARA DAN REFORMASI BIROKRASI REPUBLIK INDONESIA NOMOR 83 TAHUN 2012 TENTANG PEDOMAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTANSI PEMERINTAH*. Republik Indonesia. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Download/123632/PERMENPAN-NOMOR-83-TAHUN-2012.pdf>.
- Mergel, Ines, and Stuart I. Bretschneider. 2013. "A Three-Stage Adoption Process For Social Media Use in Government." *Public Administration Review* 73 (3): 390–400. <https://doi.org/10.1111/puar.12021>.
- Nepal, Surya, Cecile Paris, and Dimitrios Georgeakopoulos. 2015. *Social Media for Government Services. Social Media for Government Services*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-27237-5>.
- Nindito, Hendro, Evaristus Didik Madyatmadja, and Albert Verasius Dian Sano. 2019. "Evaluation of E-Government Services Based on Social Media Using Structural Equation Modeling." *Proceedings of 2019 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2019* 2019-August (August): 78–81. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech.2019.8843723>.
- Revilia, Donna, and Nfn Irwansyah. 2020. "Social Media Literacy: Millennial's Perspective of Security and Privacy Awareness." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 24 (1): 1–15. <https://doi.org/10.33299/jpkop.24.1.2375>.
- Saidah, Musfiah. 2020. "Crowdsourcing Partisipasi Publik Dalam Proses Menangkal Berita Bohong." *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 24 (1): 44–55. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33299/jpkop.24.1.2169>.
- Saidah, Musfiah, and Effy Zalfiana Rusfian. 2020. "Hoax Management of Presidential Staff Office: An Example of Government Public Relations Strategies." *Jurnal Studi Komunikasi*

(*Indonesian Journal of Communications Studies*) 4 (1): 32.
<https://doi.org/10.25139/jsk.v4i1.1769>

Sobaci, Mehmet Zahid, and Naci Karkin. 2013. “

The Use of Twitter by Mayors in Turkey : Tweets for Better Public Services ?” *Government Information Quarterly* 30: 417–25.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.014>.

Song, Changsoo, and Jooho Lee. 2016. “Citizens Use of Social Media in Government, Perceived Transparency, and Trust in Government.” *Public Performance and Management Review* 39 (2): 430–53.
<https://doi.org/10.1080/15309576.2015.1108798>.

Suryadharma, Bertung, and Tony Dwi Susanto. 2017. “Faktor Penerimaan Media Sosial Instansi Pemerintah Di Indonesia.” *Integer: Journal of Information Technology* 2 (2): 1–10.
<http://ejurnal.itats.ac.id/index.php/integer/article/view/174>.

Webber, Alan. 2012. “Guarding the Social Gates: The Imperative for Social Media Risk Management.” *Altimeter Group*.

Zavattaro, Staci M., and Lori A. Brainard. 2019. “Social Media as Micro-Encounters: Millennial Preferences as Moderators of Digital Public Value Creation.” *International Journal of Public Sector Management* 32 (5): 534–52.

<https://doi.org/10.1108/IJPSM-02-2018-0059>.