PERSPEKTIF

Available online <http://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif>

Keterlibatan Warga Terhadap Akun Twitter Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat : Analisa Data Mining

Citizens' Involvement in the Twitter Accounts of the Central Java, East Java, West Java Provincial Governments: Data Mining Analysis

Anton Purwadi, Kismartini Kismartini, Retno Sunu Astuti, & Teuku Afrizal*

Magister Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro, Indonesia

Diterima: 25 Mei 2021; Direview: 25 Mei 2021; Dipublish: 29 November 2021

Abstrak

Artikel ini berfokus terhadap analisis citizen engagement terhadap twitter pemerintah daerah melalui analisis data mining. Berdasarkan konsep pengukuran citizen engagement dari Haro-de-Rosario tahun 2018, artikel ini menganalisa tiga akun official twitter pemerintah provinsi Jawa Tengah, provinsi Jawa Timur dan provinsi Jawa Barat. Data dikumpulkan secara data mining dengan software Scrape Storm dengan dimensi pengukuran terdiri dari love, reply, retweet, tweet, dan followers. Dari hasil pengukuran mengungkapkan bahwa tingkat citizen engagement sangat bervariasi, nilai citizen engagement tertinggi adalah akun provinsi Jawa Timur (0.00068), dan peringkat kedua adalah provinsi Jawa tengah dengan nilai 0.00031 dan peringkat ketiga adalah provinsi Jawa Barat dengan nilai 0.00023. Desain kebijakan komunikasi publik pada media sosial sebaiknya mempertimbangkan aspek tingkat citizen engagement sebagai tolak ukur upaya pemerintah dalam meningkatkan ketertarikan partisipasi masyarakat dalam Pengelolaan pemerintah daerah.

Kata Kunci: Citizen Engagement Data Mining; Government twitter; Pengukuran Engagement

Abstract

This article focuses on citizen engagement analysis on local government twitter through data mining analysis. Based on the concept of measuring citizen engagement from Haro-de-Rosario in 2018, this article analyzes three official twitter accounts of the Central Java provincial government, East Java province and West Java province. Data were collected by data mining with Scrape Storm software with measurement dimensions consisting of love, reply, retweet, tweet, and followers. The measurement results reveal that the level of citizen engagement varies widely, the highest value of citizen engagement is the account of the province of East Java (0.00068), and the second rank is the province of Central Java with a value of 0.00031 and the third rank is the province of West Java with a value of 0.00023. The design of public communication policies on social media should consider aspects of the level of citizen engagement as a benchmark for government efforts to increase public participation interest in managing local government.

Keywords: Citizen Engagement Data Mining; Government twitter; Engagement Measurement

How to Cite: Purwadi, A. Kismartini, Astuti, R.S. & Afrizal, T. (2022). Keterlibatan Warga Terhadap Akun Twitter Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat: Analisa Data Mining, *PERSPEKTIF*, 11 (1): 42-49

*Corresponding author:
E-mail: teukurian@lecturer.undip.ac.id

ISSN 2085-0328 (Print)
ISSN 2541-5913 (online)

PENDAHULUAN

Berkembangnya media sosial pada sektor pemerintah menciptakan pola komunikasi yang lebih baik dengan warga dan antar elemen pemerintahan (Lee, 2012). Media sosial memberikan manfaat komunikasi dua arah yang mempermudah lembaga pemerintah dalam meningkatkan penyebaran informasi kepada warga, menjangkau populasi baru, serta meningkatkan transparansi dan daya tanggap (Mergel, 2016). Implementasi sosial media di Indonesia dilakukan pada tahun 2012 dengan dasar Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 tahun 2012 mengenai Pedoman pemanfaatan media sosial pada instansi pemerintah. Harapannya, implementasi media sosial pada sektor pemerintah dapat membuat iklim birokrasi menjadi lebih transparan, sehingga warga dapat leluasa dalam mengakses informasi pemerintah, agar informasi dapat lebih mudah diteruskan kepada warga, tanpa hambatan birokrasi yang berarti (Shahsavarani, 2014).

Menurut penelitian yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII 2020), jumlah pengguna layanan internet di Indonesia pada tiga bulan kedua pada tahun 2020 mencapai 196,7 juta. Mengalami kenaikan menjadi 73,7 persen dari total populasi Indonesia hingga 266,9 juta. Pulau Jawa menjadi pengguna tertinggi hingga 56,4 persen dari total populasi pengguna internet di Indonesia dengan pengguna terbesar berada di Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat. Berbagai lembaga pemerintah kini fokus pada investasi di media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi mereka. Lingkungan partisipatif yang muncul ini berpotensi mengubah pemerintah secara holistik dalam hubungan interaksi secara internal maupun dengan warga (Chun, 2012). Minat terhadap media sosial telah berkembang pesat, Twitter memiliki lebih dari 19,5 juta pengguna aktif harian di Indonesia pada 2020, hal ini menjadikan Indonesia menjadi pengguna terbesar ke 5 di dunia (Kominfo, 2020).

Menurut Siddiqui (2016), media sosial telah mengubah komunikasi dan meningkatkan hubungan antar manusia. Selanjutnya, media sosial digunakan di beberapa bidang termasuk

pendidikan, bisnis dan pelayanan publik. Seperti yang ditunjukkan oleh Mishal (2015) bahwa media sosial penting dalam pemerintah karena dapat meningkatkan kolaborasi dan interaksi antara warga negara dan sektor publik. Riset dari Stelzner (2018) memaparkan bahwa Twitter memiliki kemampuan untuk menjangkau banyak pemangku kepentingan, mempermudah organisasi atau masyarakat untuk menggunakannya untuk tujuan hubungan masyarakat, periklanan, dan kampanye pemasaran.

Berbagai penelitian yang dipaparkan di atas lebih banyak berfokus pada penggunaan dan manfaat media sosial khususnya twitter dalam analisis kualitatif. Masih jarang kajian empirik yang secara detail memaparkan kajian media sosial khususnya twitter dalam pemerintah dengan pendekatan analisis kuantitatif. Sebagai upaya untuk mengisi gap literature yang ada, penelitian ini berfokus pada penggunaan *twitter* dan mengukur *citizen engagement* secara kuantitatif. *Citizen Engagement* merupakan partisipasi warga dalam platform media sosial (Gil de Zúñiga, 2012). Dapat ditarik kesimpulan bahwa Definisi operasional dari Engagement merupakan keterlibatan dari warga pada akun resmi twitter pemerintah provinsi Jawa Tengah, provinsi Jawa barat, provinsi Jawa timur.

Kajian terbaru pengukuran citizen engagement Seperti yang ditunjukkan oleh Martín (2015) penelitian ini mengukur seberapa banyak lembaga pemerintah yang menggunakan media sosial dengan menghitung akun yang di pakai pada setiap satuan kerja, karena media sosial sangat berpotensi sebagai alat untuk menyebarkan informasi acara pemerintah, serta untuk menginformasikan warga tentang berbagai layanan, program, dan kegiatan kewarganegaraan. Lebih lanjut Wright (2012) mengukur seberapa cepat konten politik dan non politik dapat tersebar luas dan mendapat engagement dari peserta pemilu. Twitter memungkinkan orang dapat berinteraksi secara bebas serta dapat dengan cepat memberi umpan balik, hal ini jika dikembangkan secara terstruktur, akan menjadi inisiatif yang baik bagi pemerintah, sebagai upaya memantik citizen engagement dan dapat

meningkatkan kepercayaan serta citra publik yang baik terhadap pemerintah.

Terdapat Banyak Model dalam mengukur citizen engagement di media sosial, Ángeles Oviedo-García (2014) menjelaskan cara mengukur citizen engagement dengan menghimpun total postingan, Love, retweet dan replys dari setiap akun facebook. Haro-de-Rosario (2018) menjelaskan cara pengukuran citizen engagement dengan aspek love, reply, retweet, tweet, dan followers., untuk mengukur citizen engagement pada platform twitter. Penulis menggunakan formula rumus yang di paparkan oleh Haro-de-Rosario (2018) untuk mengukur Citizen Engagement pada akun official twitter provinsi jawa tengah, provinsi jawa barat dan provinsi jawa timur. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur citizen engagement twitter provinsi jawa tengah, provinsi jawa barat dan provinsi jawa timur

Administrasi publik, khususnya di bidang e-government, memiliki fokus pada mediasi teknologi yang dirancang untuk mendukung interaksi antara pemerintah dan warga dan antar lembaga pemerintah. Perkembangan tersebut termasuk media sosial dan teknologi web 2.0 lainnya, mewakili hal yang relatif baru untuk interaksi antara pemerintah dengan warga, perusahaan, dan organisasi pemerintah lainnya (Heikal Husin, Evans , & Deegan, 2015). Penggunaan media sosial pada sektor publik juga sejalan dengan konsep e-government, yang menggeser praktik pemerintahan tradisional menuju pendekatan yang lebih efisien, efektif dan ramah pengguna yang difasilitasi oleh informasi dan teknologi komunikasi (ICT) (Snead & Wright, 2014). Media sosial telah menjadi alat komunikasi integral selama dekade terakhir. Pada sektor organisasi publik, media sosial menyediakan saluran yang efisien dan inklusif untuk meningkatkan partisipasi warga dan pemerintah. Pemanfaatan media sosial pada sektor publik memiliki banyak manfaat salah satunya efisiensi biaya yang rendah, membuat pemerintah lebih dapat diakses dan lebih transparan, izin secara real-time penyebaran informasi dan memfasilitasi partisipasi public agar lebih kolaboratif dalam pemerintahan, meningkatkan akuntabilitas, dan kemampuan untuk menerapkan upaya kolektif menuju penyempurnaan dalam konstruksi kebijakan (Jeffrey A. Stone, 2020; Moon, 2002). Sebagai

mikroblog media sosial yang dominan, Twitter menyediakan pola yang sederhana dengan berbiaya yang terjangkau untuk melibatkan warga dalam sector publik. Twitter mengizinkan informasi sederhana diseminasi (misalnya pengumuman rapat, laporan penutupan jalan) serta kapasitas untuk komunikasi dua arah antara warga-pemerintah. Pemerintah dan warga sama-sama membutuhkan sumber daya yang cukup untuk menerapkan dan memanfaatkan twitter (Anderson, 2015; Gao & Lee, 2017; Khan, Yoon, Kim, & Park, 2014). Penelitian mengenai twitter pada sektor publik telah banyak dilakukan di luar Indonesia salah satunya penelitian dari Kumar (2016) menunjukkan perlunya analisis tweet dalam sejumlah data yang besar. Makalah ini mengusulkan analisis sentimen tweet, tetapi ukuran dan akurasi data sangat rendah. Selanjutnya riset dari Stelzner (2018) Twitter juga dikenal karena kemampuannya menjangkau banyak pemangku kepentingan, memungkinkan organisasi menggunakannya untuk tujuan hubungan masyarakat, periklanan, dan kampanye pemasaran. Namun, literatur di Twitter di sektor publik dan, khususnya mengenai pengukuran citizen engagement cukup langka, lebih berfokus pada analisis Twitter manfaat penggunaan dan sebagai alat kampanye pemilu. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk menganalisis lebih dalam Twitter sebagai platform keterlibatan warga dan data yang di hasilkan dapat menjadi dasar pemerintah dalam merumuskan kebijakan strategi komunikasi dengan publik. Penggunaan media sosial sektor publik juga sejalan dengan konsep e-government, yang menggeser praktik tata kelola tradisional menuju pendekatan yang lebih efisien, efektif, dan ramah pengguna yang difasilitasi oleh teknologi informasi dan komunikasi. (Snead, 2014)

METODE PENELITIAN

Studi ini berfokus pada tweet yang diposting oleh pemerintah Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat. Dalam artikel ini data primer diambil dari tweet akun twitter pemerintah provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat dan data sekunder berupa literature dan studi pustaka. Penelitian ini mengukur citizen engagement dengan memanfaatkan susunan rumus dari Haro-de-

Rosario, SáezMartín, & del Carmen Caba-Pérez (2018).

Penulis mengobservasi setiap akun official twitter pemerintah Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat, dengan cara mensingkrankan dengan laman web. Dengan demikian, akun official twitter pemprov Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat menjadi lokus utama dalam penelitian ini. Akun official Twitter didapatkan dari pemeriksaan pada web resmi dari setiap pemerintah provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat, dengan laman <https://jatengprov.go.id/> untuk Pemprov Jateng, <https://www.jatimprov.go.id/> untuk Pemprov Jatim, <https://jabarprov.go.id/> untuk Pemprov Jabar. Bertujuan untuk menemukan tautan langsung ke platform twitter. Tahap selanjutnya, Melakukan verifikasi akun official twitter dengan memeriksa nama akun, alamat web yang tertaut pada akun, hingga postingan akun, serta melihat kontak yang tertaut pada akun tersebut. Akan akan secara valid di terima jika semua tahapan sudah dilakukan dengan urut.

Data Mining dilakukan berupa jumlah *tweet*, *retweet*, *Love*, *replies*, dan *followers* dari akun official twitter pemerintah provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat. Seperti yang di jelaskan oleh Zatari (2015) *Data Mining* adalah proses ekstraksi pola atau tren dari data media social yang masih mentah, sehingga dapat memberikan informasi yang signifikan dan valid kepada pemerintah dan organisasi

dalam merancang dan menerapkan strategi dan layanan. Semua data tweet diambil secara bersamaan selama 3 bulan. sejak 1 Juni 2020 hingga 31 Agustus 2020. Data Mining di lakukan dengan software *Scrape Storm* sehingga dapat berjalan secara lebih detail dan minim dari kesalahan.

Seluruh data yang didapat dari *Tahap Ketiga* dikumpulkan dan dianalisis dengan menggunakan rumus Haro-deRosario, Sáez-Martín, & del Carmen Caba-Pérez (2018). *Keliima*, Setelah semua nilai *Citizen Engegement* diketahui, dilakukan penyusunan peringkat yang didasari oleh nilai *Citizen Engegement* tertinggi hingga yang paling kecil.

Tingkat komunikasi dan partisipasi publik diukur dengan menggunakan pendekatan yang diusulkan Haro-de-Rosario, SáezMartín, & del Carmen Caba-Pérez (2018), yang menyarankan untuk menganalisis *Citizen Engagement* pada twitter. Sejalan dengan itu, keterlibatan publik diukur dengan menghitung banyaknya tanggapan pada seluruh tweet yang ada dalam akun twitter seperti *tweet*, *retweet*, *Love*, *replies*, dan *followers*. Partisipasi publik dievaluasi menggunakan ukuran keterlibatan, yang menjelaskan tingkat interaksi antara warga negara dan administrasi publik. Penulis tertarik untuk mengukur keterlibatan warga dengan pemerintah provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat. Untuk lebih jelas metrik penghitungan Haro-de-Rosario, SáezMartín, & del Carmen Caba-Pérez (2018) pada (table 1).

Tabel 1. Rumus Citizen Engagement

Nama	Simbol	Rumus	Keterangan
<i>Popularity</i> (Popularitas)	P	$P = \frac{\text{Jumlah Like}}{\text{Jumlah Postingan}}$	Rata-rata jumlah <i>like</i> tiap posting
	P*	$P^* = \frac{P}{LPC^a}$	Popularitas yang ada di publik
<i>Commitment</i> (Komitmen)	C	$C = \frac{\text{Jumlah Reply}}{\text{Jumlah Postingan}}$	Rata-rata jumlah Reply tiap posting
	C*	$C^* = \frac{C}{LPC^a}$	Komitmen komunikasi publik
<i>Virality</i> (Penyebaran)	V	$V = \frac{\text{Jumlah Retweet}}{\text{Jumlah Postingan}}$	Rata-rata jumlah <i>Retweet</i> tiap posting
	V*	$V^* = \frac{V}{LPC^a}$	Penyebaran komunikasi publik
<i>Citizen Engagement</i>	E	$E = P^* + C^* + V^*$	Tingkat <i>Citizen Engagement Stakeholder</i>

Sumber : Haro-de-Rosario & Sáez-Martín (2016)

Citizen Engagement dapat dihitung secara bertahap dengan memperhatikan urutan penghitungan, untuk mencari nilai P dengan cara membagi jumlah Love tweet dengan jumlah tweet. Kemudian, nilai P digunakan untuk mencari nilai P* dengan membagi nilai P dan jumlah followers maka akan diketahui nilai dari Popularity. Selanjutnya, untuk mengetahui nilai Commitment, harus mencari nilai C dengan membagi jumlah komentar total tweet dengan jumlah tweet, lalu nilai C dibagi dengan jumlah pengikut maka diketahui nilai dari Commitment. Tidak jauh berbeda untuk mengetahui Virality, yaitu dengan cara membagi jumlah retweet dengan jumlah tweet, lalu nilai dari V di bagi dengan jumlah followers maka nilai Virality dapat diketahui. Setelah semua nilai dari Popularity, Commitment, dan Virality diketahui maka nilai Citizen Engagement dapat diketahui dengan menjumlahkan ketiga variabel tersebut (Haro-de-Rosario et al., 2018). Cara ini dilakukan secara runtut dan sistematis pada tiga akun official twitter pemerintah provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat. Dimensi pengukuran terdiri dari variabel sebagai berikut

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manfaat Potensial dari Media Sosial pada Sektor Publik

Media sosial memungkinkan pemerintah untuk memberikan informasi secara *realtime* kepada warga, serta meningkatkan kualitas penyampaian layanan dan, melalui kemudahan penggunaan, mendorong keterlibatan warga yang lebih besar dalam partisipasi sektor publik (Manetti, Bellucci, & Bagnoli, 2017). Organisasi sektor publik juga menggunakan media sosial untuk meningkatkan akuntabilitas dan transparansi melalui informasi proaktif dalam penyebaran segala urusan pemerintahan (Sharif, Troshani, & Davidson, 2015, Bonson, Perea, & Bednarova, 2019). Hasil yang diinginkan dari pemerintahan modern adalah hubungan yang lebih kolaboratif antara pemerintah dan warganya. Media sosial menyediakan jalan keluar yang ideal bagi pemerintah di semua tingkatan untuk berdialog dengan warga, karena dalam penggunaanya hanya memakan biaya yang relatif rendah. Misalnya, Kominfo melaporkan lebih dari 19,5 juta pengguna aktif per bulan di Indonesia

untuk kuartal pertama 2020 (Kominfo, 2020) Semua manfaat potensial ini melibatkan keterlibatan dan partisipasi warga yang lebih besar dalam pemerintahan, dan semuanya melibatkan dialog pemerintah dengan warga yang lebih kuat (Haro-de-Rosario, 2018).

Penggunaan media sosial sebagai inisiatif pemerintah daerah, mendorong citizen engagement serta meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga-lembaga publik (Warren, Sulaiman, & Jaafar, 2014). Media sosial memainkan peran penting dalam peningkatan citizen engagement dan dalam memobilisasi masyarakat untuk melakukan kegiatan. Berdasarkan penghitungan yang di lakukan pada tabel 2 (Lampiran 1) dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan citizen engagement warga terhadap tiga akun official twitter pemerintah provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat adalah 0.00122. Dimensi pengukuran terdiri dari variabel sebagai berikut:

Followers. Berdasarkan hasil *data mining* jumlah *followers* tiga akun official twiter pemerintah provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat yaitu 145191, dengan Pemprov Jatim menjadi daerah dengan followers terbanyak (66366). Selanjutnya pada posisi kedua diraih oleh Pemprov Jawa Tengah dengan total *followers* 56388, yang terakhir yaitu Pemprov Jawa barat dengan peringkat ke tiga dengan pengikut 22437 *followers*. Hal tersebut mencerminkan bahwa awareness dari masyarakat relatif tinggi hingga banyak yang mengikuti akun daerahnya. Pada tahap ini pemerintah daerah sudah relatif sukses berinteraksi dalam media sosial karena medianya paling banyak diikuti oleh masyarakatnya.

Tweet. Indikator tingkat keaktifan suatu akun official twiter pemerintah provinsi dilihat dari banyaknya tweet yang di buat pada satuan waktu. Dari analisis *data mining* pada rentang waktu 1 Juni 2020 hingga 31 Agustus 2020, jumlah dari seluruh tweet pada tiga akun official twiter pemerintah provinsi Jawa Tengah Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat adalah 2998 tweet dengan Rerata 11 tweet perhari. Selanjutnya, jumlah tweet tertinggi adalah dari pemprov Jawa barat dengan 1089 tweet. Pemprov Jateng berada pada posisi kedua dengan total tweet hingga 1070 tweet. Pemerintah provinsi Jawa timur menjadi yang ketiga dengan total 839 tweet.

Akun twitter pemerintah provinsi yang Sukar memposting tweet berdampak tidak mendapat respon atau *feedback* dari warga. Hal tersebut akan berdampak buruk, karena pemerintah daerah tersebut belum secara optimal dalam menerapkan *e-government* khususnya penerapan media sosial sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat.

Love. *Love* merupakan interaksi dasar pada twitter, merupakan indikator jika sebuah konten tweet yang dibuat menarik dan atau bermanfaat untuk *citizen*. Dari analisis *data mining* yang dilakukan, jumlah total *Love* tiga akun official twitter pemerintah provinsi Jawa Tengah Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat adalah 4563 *Love*. Daerah dengan peringkat pertama adalah Pemerintah provinsi Jawa Timur dengan jumlah 24087 *Love*. Berikutnya, Pemerintah provinsi Jawa Tengah posisi kedua dengan 11698 *Love*. Pemprov Jabar berada pada peringkat ketiga dengan *Love* sebesar 3424. Rerata akun yang memiliki jumlah *Love* tinggi merupakan akun yang memiliki jumlah tweet yang cukup banyak.

Retweet. *Retweet* merupakan fitur interaksi yang berfungsi menyebarkan tweet dari akun official twitter pemerintah provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat kepada lebih banyak pengguna di twitter. *Retweet* dapat menjadi parameter menarik tidaknya tweet yang diproduksi oleh pemerintah bagi *citizen*. Pemerintah daerah memposting dan membagikan konten di twitter dengan tujuan agar mendapatkan reaksi dari warga (Mergel, 2013). Dari analisis *data mining* yang dilakukan penulis, jumlah total *retweet* tiga akun official twitter pemerintah provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat adalah 16726. Daerah yang memiliki jumlah *retweet* posting terbanyak pada rentang waktu 3 bulan adalah Pemprov Jabar dengan total *retweet* mencapai 1836. Nilai *retweet* ini menjadi nilai yang paling tinggi. Selanjutnya peringkat kedua diraih oleh pemprov Jawa Tengah dengan mendapatkan *retweet* sebanyak 5063 kali. Pada peringkat ketiga adalah pemerintah provinsi Jawa Timur dengan jumlah *retweet* yang didapat sebanyak 9827 kali. Rata-rata akun yang memiliki jumlah *retweet* tinggi merupakan akun yang memiliki jumlah tweet yang cukup banyak.

Reply. Penggunaan Reply pada twitter memungkinkan pemerintah untuk mengakses lebih banyak lagi, pemahaman, dan pendapat masyarakat. Dengan demikian proses interaksi pemerintah dengan warga dapat berjalan lebih efektif dan efisien (Mergel, 2013). Jumlah total reply tiga akun official twitter pemerintah provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat adalah 6177. Daerah yang memiliki jumlah reply tweet terbanyak adalah Pemprov Jawa Timur dengan total reply mencapai 3746, nilai reply ini menjadi nilai yang paling tinggi. Selanjutnya peringkat kedua diraih oleh Provinsi Jawa Tengah mendapatkan reply sebanyak 3453 kali.

Nilai Engagement

Penggunaan media sosial sebagai inisiatif pemerintah daerah, mendorong *citizen engagement* serta meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga-lembaga publik (Warren, Sulaiman, & Jaafar, 2014). Media sosial memainkan peran penting dalam peningkatan *citizen engagement* dan dalam memobilisasi masyarakat untuk melakukan kegiatan. Berdasarkan penghitungan yang dilakukan pada tabel 2 (Lampiran 1) dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan *citizen engagement* warga terhadap tiga akun official twitter pemerintah provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat adalah 0.00122. Peringkat *citizen engagement* teratas diraih oleh Pemprov Jawa Timur yang memiliki followers sebesar 66366, *Love* sebesar 24087 dan yang mereply mencapai 3746, dengan total tweet yang di *retweet* mencapai 839 kali, memiliki *retweet* sebanyak 9827, dengan modal tersebut dapat mengantongi nilai *engagement* teratas sebesar 0.00068. Akun twitter official pemprov Jawa Tengah menduduki peringkat kedua yang memiliki followers sebanyak 56388, *Love* 11698, *retweet* 5063 dan reply 2120. Dapat meraih peringkat kedua dengan nilai *engagement*nya sebesar 0.00031. Walaupun memiliki Tweet yang lebih banyak dari peringkat 1 dan 2 yaitu 1089, serta perolehan interaksi *Love* sebesar 3424, dengan nilai reply dan *retweet*-nya mencapai 3746 dan 9827, Pemprov Jawa Barat mendapat nilai *citizen engagement* sebesar 0.00023, hal ini menjadikan Akun twitter official pemprov Jawa Timur menduduki peringkat tiga pada kategori *citizen engagement*.

Tabel 2 DATA MINING

No	Nama Akun	Username	Followers	Tweet	Retweet	Reply	Love
1	Provinsi Jawa Tengah	Provjateng	56388	1070	5063	2120	11698
2	Pemprov Jawa Timur	JatimPemprov	66366	839	9827	3746	24087
3	Jabarprov.go.id	Jabarprovgoind	22437	1089	1836	311	3424

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

Terdapat Temuan penting pada penelitian ini antara lain, twitter pemerintah provinsi yang memiliki pengikut paling banyak tidak menjamin akan mendapatkan nilai citizen engagement yang tinggi, twitter pemerintah provinsi yang memiliki *tweet* paling banyak tidak menjamin akan mendapatkan nilai citizen engagement yang tinggi. Interaksi antara twitter pemerintah provinsi dengan pengguna twitter berperan penting sebagai penambah nilai citizen engagement.

Seljalan dengan penelitian ini, penelitian dari Alkashr, Alqaryout, Siyam, & Shaalan (2020) menekankan peningkatan interaksi dan keterlibatan di Twitter pemerintah provinsi yang diperlukan adalah efektivitas platform media sosial tersebut dalam meningkatkan keterlibatan warga. Selain itu, penelitian tersebut telah mengungkapkan bahwa jika konten posting di manage dan di atur dengan baik maka akan memiliki keterlibatan lebih tinggi. Artinya platform Twitter utamanya digunakan oleh warga untuk mengetahui dan berdiskusi lebih lanjut tentang kegiatan pemerintah yang relevan yang secara langsung penting bagi mereka. Lebih dalam, Twitter adalah alat yang efektif untuk memungkinkan komunikasi, interaksi, dan keterlibatan antara publik dan pemerintah.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa keterlibatan warga di *twitter* Pemerintah dipengaruhi secara signifikan oleh semua karakteristik seperti tweet, retweet, Love, replys, dan followers. Selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian kedepannya dengan menganalisis sentimen tweet dan balasan. Selain itu Juga dapat digunakan untuk mengeksplorasi strategi dalam meningkatkan keterlibatan warga di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkashr, Z., Alqaryout, O., Siyam, N., & Shaalan, K. (2020). Mining Dubai Government Tweets to Analyze Citizens' Engagement. *Recent Advances in Intelligent Systems and Smart Applications*, 615-638.
- Anderson, M. L. (2015). Diffusion of innovation in the public sector: twitter adoption by municipal police departments in the US", Management of Engineering and Technology (PICMET). *Portland International Conference on, IEEE*, 2453-2464.
- Ángeles Oviedo-García, MuñozExpósito, M., Castellanos-Verdugo, M., & Sancho-Mejías, M. (2014). Metric proposal for customer engagement in Facebook. *Journal of Research in Interactive Marketing. Journal of Research in Interactive Marketing*, 327-344.
- Anton Purwadi, A. B. (2019). MENGUKUR ENGAGEMENT WARGA NEGARA DALAM INTERAKSI MEDIA SOSIAL (STUDI PADA 32 AKUN RESMI FACEBOOK PEMERINTAH KABUPATEN/KOTA DI JAWA TENGAH). *Jurnal Natapraja: Kajian Ilmu Administrasi Negara*.
- Bonsón, E. R. (2015). Citizens' engagement on local governments' Facebook sites. An empirical analysis: The impact of different media and content types in Western Europe. *Government Information Quarterly*, 52-62.
- Bonson, E., Perea, D., & Bednarova, M. (2019). Twitter as a tool for citizen engagement: an empirical study of the Andalusian municipalities. *Government Information Quarterly*, 480-489.
- Chun, S. A. (2012). Social media in government. *Government Information Quarterly*, 441-445.
- Gao, X., & Lee, J. (2017). E-government services and social media adoption: experience of small local governments in Nebraska state. *Government Information Quarterly*, 627-634.
- Haro-de-Rosario, A. S.-M.-P. (2018). Using social media to enhance citizen engagement with local government: Twitter or Facebook? *New Media and Society*, 29 - 49.
- Heikal Husin, M., Evans, N., & Deegan, G. (2015). Achieving adoption and effective usage of Web 2.0 among employees within Australian

- government organizations. *Journal of Systems and Information Technology*, 41-63.
- Jeffrey A. Stone, S. H. (2020). Factors influencing tweet purposes and citizen engagement with municipal Twitter accounts. *Emerald Publishing Limited*, 1468-4527.
- Khan, F., Yoon, Y., Kim, J., & Park, W. (2014). From e-government to social government: Twitter use by Korea's central government. *Online Information Review*, 95-113.
- Kominfo. (2020, 12). *Indonesia Peringkat Lima Pengguna Twitter*. Retrieved 5 4, 2021, from https://kominfo.go.id/content/detail/2366/%20indonesia-peringkat-lima-penggunatwitter/0/sorotan_media
- Kumar, M., & Bala, A. (2016). Analyzing Twitter sentiments through big data. *2016 3rd International Conference on Computing for Sustainable Global Development*, 2628-2631 .
- Lee, G. a. (2012). An open government maturity model for social media-based public engagement. *Government Information Quarterly*, 492-503.
- Manetti, G., Bellucci, M., & Bagnoli, L. (2017). "Stakeholder engagement and public information through social media: a study of Canadian and American Public Transportation Agencies. *The American Review of Public Administration*, 991-1009.
- Mergel, I. (2016). Social media institutionalization in the U.S. federal government. *Government*, 142-148.
- Mhamdi, C., Al-Emran, M., & Salloum, S. (2018). Text mining and analytics: a case study from news channels posts on Facebook. In: *Intelligent Natural Language Processing. Trends and Applications*, 399-415.
- Mishaal, D. A.-S. (2015). The effect of using social media in governments: framework of communication success. In: *ICIT 2015 The 7th International Conference on Information Technology*, 12-15.
- Moon, M. (2002). The evolution of e-government among municipalities: rhetoric or reality? *Public Administration Review*, 424-433.
- S, W. (2012). From 'third place' to 'third space': Everyday political talk in non-political online spaces. *Javnost – The Public*, 5-20.
- Sáez Martín, A. H. (2015). Using twitter for dialogic communication: Local government strategies in the European Union. *Local Government Studies*, 421-444.
- Shahsavarani, N. (2014). Social media for government use . *Carleton University Ottawa*.
- Sharif, M., Troshani, I., & Davidson, R. (2015). Public sector adoption of social media. *Journal of Computer Information Systems*, 53-61.
- Siddiqui, S. S. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *Int. J. Comput .Appl. Technol. Res*, 71-75.
- Snead, J., & Wright, E. (2014). E-government research in the United States. *Government Information Quarterly*, 129-136.
- Stelzner, M. A. (2018, 5 10). Social media marketing industry report. *Social Media Examiner*, 1-10.
- Zatari, T. (2015). Data mining in social media. *Int. J. Sci. Eng. Res*, 152-154.