

## Media Sosial dan Persepsi Publik tentang *Good Governance* pada Pemerintah Daerah di Solo Raya

Andre Noevi Rahmanto

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret

Jl. Ir. Sutami 36A Surakarta 57126, Indonesia

Corresponding author: [andreyuda@gmail.com](mailto:andreyuda@gmail.com)

### Abstract

*Social media offers various communication facilities to build interactive relationships between citizens and the government because it has four potential strengths, namely: collaboration, participation, empowerment and time. The use of social media by local governments in Indonesia is still not optimal, including in the Solo Raya area. This study aims to see how the use of local government social media in Solo Raya affects public perceptions of good governance which consists of aspects of accountability, transparency and participation. This study uses a survey method with quota sampling involving 210 participants in the Solo Raya area. The results showed that social media had a positive and significant effect on public perceptions of good governance and its three aspects. The findings of this study support previous research that the use of social media can increase government transparency and citizen participation. This study recommends that local governments further increase engagement and content relevance in social media management, so that they have a greater contribution to the implementation of good governance.*

**Keywords:** Social Media; Local Government; Good Governance

### Abstrak

Media sosial menawarkan berbagai kemudahan berkomunikasi untuk membangun hubungan yang interaktif antara warga negara dan pemerintah karena memiliki empat kekuatan potensial yaitu: *collaboration, participation, empowerment and time*. Penggunaan media sosial oleh pemerintah daerah di Indonesia masih belum optimal, termasuk di wilayah Solo Raya. Penelitian ini bertujuan melihat bagaimana penggunaan media sosial pemerintah daerah di Solo Raya berpengaruh pada persepsi publik tentang *good governance* yang terdiri dari aspek akuntabilitas, transparansi dan partisipasi. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan sampling kuota melibatkan 210 partisipan di wilayah Solo Raya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi publik tentang *good governance* dan ketiga aspeknya. Temuan penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan transparansi pemerintah dan partisipasi warga. Penelitian ini merekomendasikan pemerintah daerah lebih meningkatkan *engagement* dan relevansi konten dalam pengelolaan media sosial, sehingga memiliki kontribusi lebih besar pada pelaksanaan *good governance*.

**Kata kunci:** Media Sosial; Pemerintah Daerah; *Good Governance*

### Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi melalui internet, terutama media sosial, membuka peluang komunikasi antara pemerintah dan warga negara. Selama beberapa tahun terakhir, *e-government* telah menjadi topik yang menarik perhatian para akademisi dengan munculnya teknologi Web 2.0 (Magro, 2012). Istilah *e-government* dapat didefinisikan sebagai peningkatan akses dan penyampaian layanan dan informasi pemerintah kepada masyarakat, pelaku bisnis, dan lingkungan pemerintah

melalui penggunaan teknologi informasi komunikasi khususnya internet seperti aplikasi berbasis *website* (Barthwal, 2003; Irawan, 2015; Maznorbalia & Awalludin, 2021) ataupun media sosial (Bonsón et al., 2012; Gao & Lee, 2017). Didorong oleh meningkatnya harapan warga dan kebutuhan inovasi pemerintah, media sosial telah menjadi komponen kunci dari pemerintahan elektronik atau *e-government*. Sejumlah penelitian mengenai peran media sosial dalam *e-government* telah dilakukan beberapa tahun terakhir.

Media sosial dianggap menawarkan berbagai kemudahan berkomunikasi untuk membangun hubungan yang interaktif antara pemerintah dan warga negara sehingga media sosial sering digunakan sebagai instrumen yang bermanfaat untuk partisipasi aktif warga, berbagi informasi, komunikasi dan hubungan *online* antar pihak. Kemudahan tersebut dapat terjadi karena media sosial memiliki empat kekuatan potensial yaitu: *collaboration, participation, empowerment and time* (Bertot, et.al., 2010). Hadirnya media sosial telah mendorong proses reformasi birokrasi dan menciptakan pemerintahan yang baik (Huda & Yunas, 2016). Media sosial digunakan karena kebutuhan lembaga pemerintahan untuk terus berkomunikasi dengan warganya dan menggunakannya untuk menilai aspirasi politik warga (Roengtam, 2020). Pemerintah menyadari pentingnya menyediakan layanan secara elektronik dengan berbagai situs dan aplikasi yang terkoneksi internet guna meningkatkan kinerja layanan pemerintah yang diberikan kepada berbagai pemangku kepentingan (warga negara, bisnis dan pemerintah itu sendiri) (A.Mishaal & Abu-Shana, 2015), yang berdampak pada transparansi, akuntabilitas dan legitimasi lembaga pemerintahan (Gascó-Hernández & Fernández-Ple, 2014).

Kajian mengenai dampak aplikasi jejaring sosial dan media sosial pemerintahan telah menghasilkan berbagai temuan dan perspektif. Berdasarkan perspektif warga, beberapa penelitian menunjukkan masyarakat menerima secara positif dan bersedia berinteraksi melalui

media sosial atau situs interaktif yang dibuat oleh pemerintah (Pusvita et al., 2017; Siregar & Rahmansyah, 2019). Berdasarkan perspektif pemerintah, situs interaktif dianggap memiliki kegunaan dan kemudahan dalam menerima keluhan dan pengaduan dari masyarakat bahkan tanpa melakukan tatap muka atau melalui media konvensional lainnya (Mahmudah, 2018). Efektivitas *e-government* tidak hanya berfokus pada keuntungan bagi pemerintah dalam menerima kemudahan berkomunikasi kepada publik dan memfasilitasi pemerintah dalam mengartikulasikan tujuan, tetapi juga berfokus pada sejauh mana penggunaan media sosial dapat meningkatkan kepercayaan publik, persepsi kualitas layanan, dan partisipasi masyarakat. *E-government* telah menjadi strategi yang kuat dan telah dilakukan oleh banyak pemerintah dalam memanfaatkan potensi dari penggunaan teknologi informasi baru, tetapi studi mengenai pemerintah lokal relatif sedikit khususnya di negara-negara berkembang dan lebih banyak pengetahuan yang harus dihasilkan (Sandoval-Almazan & Gil-Garcia, 2012).

Ditengah harapan besar terhadap media sosial tersebut, sebagian besar pemerintah daerah di Indonesia, khususnya di Solo Raya, masih belum optimal mengelola media sosial resminya. Berdasarkan observasi peneliti diketahui beberapa pemerintah daerah bahkan belum memiliki akun Facebook atau Twitter resmi. Rata-rata akun pemerintah tersebut memiliki jumlah pengikut yang masih sedikit (Tabel 1).

Tabel 1. Akun Resmi Media sosial Pemerintah Daerah dan Jumlah Follower (data per 8 April 2017)

Daerah	Facebook	Follower	Twitter	Follower
Surakarta	<a href="https://www.facebook.com/PemkotSurakarta/">https://www.facebook.com/PemkotSurakarta/</a>	588	@Pemkot_Solo	5535
Karanganyar	<a href="https://www.facebook.com/karanganyarkab.go.id/">https://www.facebook.com/karanganyarkab.go.id/</a>	4399	@karanganyarkab	1171
Sukoharjo	<a href="https://www.facebook.com/HumasSukoharjo/">https://www.facebook.com/HumasSukoharjo/</a>	815	@sukoharjo_humas	797
Boyolali	n/a	n/a	n/a	n/a
Wonogiri	n/a	n/a	@humas_wonogiri	2111
Sragen	n/a	n/a	@HumasKabSragen	2621
Klaten	n/a	n/a	@Klatenkabgoid	3638

Sumber: Data Primer Diolah (2017)

Berdasarkan masalah tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis persepsi publik mengenai penggunaan media sosial dalam kaitannya dengan *good governance* (pemerintahan yang baik) dan aspek-aspeknya. Sejauh ini penelitian yang fokus pada persepsi publik mengenai penggunaan media sosial pemerintah daerah masih jarang dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) penggunaan media sosial pemerintah daerah Solo Raya berpengaruh terhadap *good governance*; 2) penggunaan media sosial pemerintah daerah Solo Raya berpengaruh terhadap akuntabilitas; 3) penggunaan media sosial pemerintah daerah Solo Raya berpengaruh terhadap transparansi; 4) penggunaan media sosial pemerintah daerah Solo Raya berpengaruh terhadap partisipasi.

### **Media Sosial dan Komunikasi Pemerintahan**

Media sosial mengacu pada situs dan platform berbasis internet yang memfasilitasi interaksi antara pengguna media dengan memberikan kesempatan untuk membuat, berbagi dan bertukar konten (informasi, opini dan minat) sambil membangun identitas, percakapan, konektivitas, hubungan, reputasi, dan kelompok (Khan, 2017; Khan et al., 2014). Karakteristik utama dari media sosial adalah partisipatif, keterbukaan, percakapan (pertukaran informasi), keterlibatan, dan keterhubungan (Haro-de-Rosario et al., 2018) sehingga media sosial dianggap sebagai bentuk baru teknologi yang memfasilitasi interaksi sosial, yang memungkinkan kolaborasi dan musyawarah lintas pemangku kepentingan (Gao & Lee, 2017). Media sosial dan Web 2.0 sering digunakan secara bergantian meskipun dapat sedikit dibedakan. Khan (2013) menyatakan, media sosial terdiri dari berbagai alat dan teknologi yang mencakup proyek kolaboratif, blog, mikroblog, komunitas konten, situs jejaring sosial, dunia sosial virtual dan semua platform berbasis internet lainnya yang memfasilitasi penciptaan dan pertukaran konten. Media sosial hadir berdasarkan konsep Web 2.0 (Khan, 2013).

Media sosial secara luas didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan konstruksi dan pertukaran konten yang dibuat pengguna. Banyaknya variasi dan jenis platform media sosial yang muncul mempengaruhi karakteristik komunikasi penggunaannya. Zhu dan Chen (Voorveld et al., 2018) mengembangkan tipologi berdasarkan dua karakteristik media sosial, yaitu sifat koneksi (berbasis profil versus berbasis konten) dan tingkat kustomisasi pesan (sejauh mana layanan disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan individu akan preferensi tertentu). Terdapat empat kategori media sosial yang berdasarkan dua karakteristik di atas, yaitu: (1) *Relationship*, merepresentasikan platform media sosial yang berbasis profil dan sebagian besar terdiri dari pesan khusus. Kategori ini mencakup platform media sosial seperti Facebook dan LinkedIn; (2) *Self-media*, merepresentasikan platform media sosial yang berbasis profil tetapi menawarkan penggunaannya kesempatan untuk mengelola saluran komunikasi media sosial sendiri, contohnya Twitter; (3) *Creative out-late* yaitu platform media sosial yang berbasis konten dan memungkinkan pengguna untuk berbagi minat dan kreativitas. misalnya Youtube dan Instagram; dan (4) *Collaboration* yaitu platform yang berbasis konten tetapi memungkinkan orang untuk bertanya, mendapatkan saran, atau menemukan berita dan konten paling menarik pada saat itu.

Popularitas dan karakteristik media sosial yang menawarkan keterbukaan; membuat partisipasi dan ruang untuk berbagi; media sosial menjadi perantara penting untuk interaksi dan komunikasi terutama antara pemerintah dan warga negara (Khan et al., 2014). Web 2.0 atau teknologi baru lainnya seperti media sosial dapat diintegrasikan dengan portal pemerintah yang ada secara mudah dan berpotensi memperluas serta memperkaya hubungan dan pertukaran informasi antar lembaga pemerintah

dan antara lembaga pemerintahan dan warga, bisnis, organisasi nirlaba, tingkat pemerintahan dan cabang pemerintah lainnya (Sandoval-Almazan & Gil-Garcia, 2012). Media sosial memiliki potensi untuk memperluas layanan pemerintahan, meningkatkan partisipasi masyarakat, mengumpulkan gagasan-gagasan inovatif dari publik, dan meningkatkan pengambilan keputusan serta pemecahan masalah (John Carlo Bertot, Jaeger, & Hansen, 2012; Kamil, 2013; Noveck, 2021; Sukarno & Winarsih, 2021; Yuliani et al., 2020). Media sosial juga memberikan berbagai peluang bagi praktisi humas pemerintah untuk berinteraksi dengan masyarakat umum (Diga & Kelleher, 2009; Sukarno & Winarsih, 2021). Penggunaan media sosial yang berbasis teknologi Web 2.0 sangat berguna untuk ekspresi diri dan partisipasi warga negara dalam aktivitas pemerintah serta dapat digunakan oleh pemerintah meningkatkan partisipasi warga (Dwivedi et al., 2017).

### **Pengaruh Media Sosial terhadap Pemerintahan yang Baik (*Good Governance*)**

*United Nation Development Programme* (UNDP) mendefinisikan pemerintahan sebagai pelaksana otoritas politik, ekonomi, dan administratif untuk mengelola urusan negara. Pemerintahan adalah mekanisme, proses, hubungan, dan institusi yang kompleks dimana warga negara dan kelompok mengartikulasikan kepentingan warga, menggunakan hak dan kewajiban warga, dan menengahi perbedaan (Farazmand, 2015). Graham et al. (Pomeranz & Stedman, 2020) mengartikan pemerintahan sebagai proses dimana masyarakat atau organisasi membuat keputusan penting, menentukan siapa yang dilibatkan dalam proses dan bagaimana membuat kepentingan. Pemerintahan yang baik (*good governance*) telah menjadi keharusan untuk pengambilan keputusan dan implementasi program bagi banyak negara di seluruh dunia. Pemerintahan yang baik (*good governance*) dapat didefinisikan

sebagai proses pengambilan keputusan dan proses dimana keputusan diimplementasikan dan memastikan bahwa suara-suara publik (terutama suara-suara mayoritas dan anggota masyarakat yang rentan) diperhitungkan, dan pengambilan keputusan itu responsif terhadap kebutuhan masyarakat saat ini dan di masa depan (Pomeranz & Stedman, 2020). World Bank (Kharisma, 2014) memperkenalkan *good governance* sebagai sebuah program pengelolaan sektor publik dalam rangka penciptaan ketatapemerintahan yang baik dalam kerangka persyaratan bantuan pembangunan. Bagi warga negara, penyelenggaraan yang baik adalah yang memberikan kemudahan dan kepastian akan penyediaan layanan publik yang baik (Romi, 2011); juga mengacu kepada keputusan, kebijakan, dan tindakan yang bertujuan untuk kesejahteraan, kebaikan, atau kepentingan semua warga negara (Barthwal, 2003).

Terdapat sembilan prinsip yang diajukan UNDP mengenai *good governance*: (1) Partisipasi. Setiap warga negara memiliki hak dan kewajiban untuk mengambil bagian dalam proses bernegara, berpemerintahan, dan bermasyarakat, yang dilakukan baik secara langsung maupun melalui institusi intermediasi; (2) Kepastian hukum. Penerapan hukum yang sehat, adil, dan tidak pandang bulu; (3) Transparansi. Keterbukaan yang mencakup semua aspek aktivitas yang menyangkut kepentingan publik, mulai dari pengambilan keputusan hingga sampai tahapan evaluasi; (4) Tanggung jawab. Setiap komponen yang terlibat dalam proses *good governance* harus memiliki daya tanggap terhadap para *stakeholders*; (5) Berorientasi konsensus. Pengambilan keputusan ataupun pemecahan masalah bersama lebih diutamakan berdasarkan kesepakatan yang dibarengi dengan kesediaan untuk konsisten melaksanakan kesepakatan yang telah diputuskan bersama; (6) Keadilan. Pemerintahan memberikan kesejahteraan yang sama bagi semua lapisan masyarakat; (7) Efektifitas dan

efisiensi. Tekanan perlunya efektivitas dan efisiensi selain karena dorongan kompetisi di dunia global, lembaga pemerintahan yang monopolis, yang tidak memiliki kompetisi, tidak akan ada efisiensi; (8) Akuntabilitas. Setiap kegiatan yang berkaitan dengan kepentingan publik perlu mempertanggungjawabkannya kepada publik; dan (9) Visi strategik. setiap domain *good governance* harus memiliki visi yang strategis baik untuk jangka panjang maupun visi strategik untuk jangka pendek (Duarmas et al., 2016; Safrijal et al., 2016).

Berdasarkan teori-teori tersebut, peneliti mengajukan hipotesis pertama yang berfokus pada pengaruh penggunaan media sosial terhadap persepsi publik tentang pemerintahan yang baik (*good governance*).  
H1: Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi *good governance*

### **Pengaruh Media Sosial terhadap Akuntabilitas**

Dari sembilan prinsip *good governance* yang diajukan, penelitian ini mengambil tiga prinsip yang diuji meliputi: akuntabilitas, transparansi, dan partisipasi (Krina, 2003). Prinsip-prinsip tersebut dipilih karena ketiganya telah dilihat sebagai dasar untuk tata pemerintahan yang baik (Aminuzzaman et al., 2015). Akuntabilitas dan transparansi telah dianggap penting sebagai elemen kunci dari tata pemerintahan yang baik. Penelitian mengenai gaya pemerintahan baru yang mempromosikan tingkat transparansi yang lebih tinggi dan partisipasi warga dipandang sebagai cara untuk meningkatkan kepercayaan warga negara kepada pemerintah (Bonsón et al., 2012). Berbagai riset telah menyoroti potensi kontribusi media sosial, untuk meningkatkan akuntabilitas, transparansi, dan partisipasi. Akuntabilitas dapat diterapkan ketika pemerintah memberikan akses sebesar-besarnya kepada pihak luar untuk mengetahui hal yang dilakukan.

Bahkan di sektor-sektor tertentu akuntabilitas juga termasuk akses bebas untuk berpartisipasi dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Ketika tidak ada akses, maka pemerintah dianggap tidak akuntabel. Akuntabilitas tidak hanya dimaksudkan untuk memberikan akses terhadap informasi yang diberikan tetapi juga memberikan pengetahuan kepada publik untuk dapat mengakses informasi tersebut (Huda & Yunas, 2016). Beberapa penelitian menemukan penggunaan media sosial memiliki dampak pada persepsi masyarakat mengenai akuntabilitas media sosial yang dimiliki pemerintah. Misalnya, Bertot yang menemukan media sosial memiliki potensi untuk meningkatkan akuntabilitas yang meliputi transparansi dan keterbukaan baru, baik dengan memberikan instrumen baru kepada pemerintah untuk mempromosikan transparansi dan memberdayakan anggota masyarakat untuk secara kolektif mengambil bagian dalam mengawasi kinerja pemerintahan (Bertot, Jaeger, & Grimes, 2012).

Penelitian lainnya oleh Usman, Bashir, dan Bello (2020) menghasilkan temuan bahwa media sosial telah menjadi forum yang mendukung bentuk akuntabilitas baru dengan menyebarkan informasi penting melalui berbagai platform yang dimiliki pemerintah dan masyarakat juga dapat berkontribusi dalam berbagi informasi tentang kinerja pegawai negeri atau pejabat terpilih (Usman et al., 2020). Berdasarkan uraian diatas, penulis mengajukan hipotesis kedua terkait pengaruh penggunaan media sosial terhadap persepsi publik tentang akuntabilitas.  
H2: Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap akuntabilitas

### **Pengaruh Media Sosial terhadap Transparansi**

Transparansi menggambarkan sejauh mana aktor pemerintah membuat laporan (mencakup data, dokumen, dan informasi) yang relevan, berkualitas tinggi dan dapat diandalkan mengenai kegiatan pemerintah secara tepat waktu dan dapat diandalkan sehingga

Tabel 2 Definisi Konseptual, Definisi Operasional dan Indikator Penelitian

Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator
Media sosial mengacu pada situs dan platform berbasis internet yang memfasilitasi interaksi antara pengguna media dengan memberikan mereka kesempatan untuk membuat, berbagi dan bertukar konten (informasi, opini dan minat) sambil membangun identitas, percakapan, konektivitas, hubungan, reputasi, dan kelompok (Khan, 2017).	Tingkat persepsi warga terkait penggunaan akun media sosial yang dikelola oleh pemerintah daerah di Solo Raya	1. Intensitas Penggunaan 2. Keaktifan
Pemerintahan yang baik ( <i>good governance</i> ) didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan proses dimana keputusan diimplementasikan dan memastikan bahwa suara-suara publik diperhitungkan, dan pengambilan keputusan itu responsif terhadap kebutuhan masyarakat saat ini dan di masa depan (Mahsun, 2018).	Tingkat persepsi warga terhadap pelaksanaan <i>good governance</i> oleh pemerintah daerah	1. Akuntabilitas 2. Transparansi 3. Partisipasi
Akuntabilitas adalah prinsip dimana suatu pemerintahan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Pemerintah harus dikelola secara benar dan sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan (Mahsun, 2018).	Tingkat persepsi warga terhadap akuntabilitas oleh pemerintah daerah	1. Ketersediaan informasi 2. Akurasi dan kelengkapan informasi 3. Kejelasan 4. Mekanisme pengaduan 5. Diseminasi hasil
Transparansi adalah prinsip dimana persamaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh orang yang berkepentingan, hal ini untuk menjaga objektivitas dalam suatu pemerintahan (Mahsun, 2018).	Tingkat persepsi warga terhadap transparansi oleh pemerintah daerah	1. Keterbukaan 2. Kemudahan 3. Menjelaskan prosedur dan biaya 4. Menjawab pertanyaan dan penyimpanan
Partisipasi adalah keterlibatan seseorang dalam pembuatan keputusan, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui lembaga perwakilan yang dapat menyalurkan aspirasinya. Partisipasi tersebut dibangun atas dasar kebebasan berasosiasi dan berbicara serta berpartisipasi secara konstruktif (Mahsun, 2018).	Tingkat persepsi warga terhadap partisipasi dalam pelaksanaan pemerintahan daerah	1. Keterlibatan 2. Kesetaraan 3. Dukungan 4. Pengawasan

Sumber: Diolah Peneliti (2018)

masyarakat dapat mengakses, memantau, dan menilai tindakan pemerintah dan berpartisipasi aktif dalam pembuatan keputusan pemerintah. (Dwivedi et al., 2017; Song & Lee, 2016). Media sosial dipercaya dapat memberikan informasi yang dapat dipercaya dan diakses secara mudah oleh masyarakat dalam hal transparansi. Song & Lee (2016) dan Marpiana & Hendriyani (2019) menemukan penggunaan media sosial oleh warga negara di pemerintahan secara positif dan signifikan terkait dengan persepsi mengenai transparansi di pemerintahan (Marpiana & Hendriyani, 2019; Song & Lee, 2016). Media sosial memiliki kemampuan mengubah pemerintahan dengan meningkatkan transparansi pemerintah dan interaksinya dengan masyarakat. Kemampuan media sosial menghadirkan ruang komunikasi yang interaktif dan instan serta sifat teknologi media sosial yang semakin luas dapat menciptakan cara baru partisipasi yang demokratis, terbuka, dan transparan yang belum pernah terjadi sebelumnya (Bertot et al., 2010).

Penulis mengajukan hipotesis ketiga mengenai pengaruh penggunaan media sosial terhadap persepsi publik tentang transparansi, yaitu: H3: Penggunaan media sosial pemerintah daerah berpengaruh positif dan signifikan terhadap transparansi

### Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi

Media sosial dalam konteks sektor publik telah diyakini mampu memberikan berbagai peluang bagi interaktivitas antara lembaga pemerintahan dengan publik. Melalui media sosial, sektor publik ingin berbagi dan menyebarkan informasi sekaligus ingin berinteraksi kepada publik tentang berbagai masalah (Khan et al., 2014). Manfaat penggunaan media sosial di sektor publik atau lembaga pemerintahan secara positif mempengaruhi persepsi masyarakat mengenai lembaga pemerintahan yang semakin partisipatif di media sosial mendorong perumusan hipotesis keempat dalam penelitian ini, yaitu:

H4: Penggunaan media sosial pemerintah daerah berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini digunakan karena peneliti hendak menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel diukur dengan instrumen-instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik (Creswell, 2016). Penelitian kuantitatif juga digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

Rancangan penelitian yang dilakukan adalah rancangan korelasional. Rancangan ini menggunakan korelasi statistik untuk mendeskripsikan dan mengukur relasi atau kausalitas antara dua atau lebih variabel. Objek penelitian ini adalah warga masyarakat yang tinggal di wilayah Solo Raya dan merupakan pengguna aktif media sosial. Teknik pengumpulan data menggunakan survei dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner yang mencakup pertanyaan-pertanyaan tertutup (*close ended question*) dan skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju – 5 = Sangat Setuju). Kuesioner berisi 27 pertanyaan diberikan kepada 210 responden warga di wilayah Solo Raya dengan menggunakan *sampling* kuota sebanyak 30 warga untuk tujuh kabupaten/kota di wilayah Solo Raya.

Penentuan jumlah sampel mengacu Sugiyono (2017:91) yang menyarankan ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Jika sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30. Pada penelitian ini masing-masing variabel dijelaskan dalam definisi dan indikator (Tabel 2). Uji validitas dilakukan dengan SPSS menunjukkan, semua

*item* pertanyaan (27 *item*) memiliki nilai Sig. (2-tailed) < 0.05 dan Pearson Correlation bernilai positif, maka dinyatakan valid. Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach alpha sebesar 0.951 > 0.70 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Analisis data penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis penelitian atau hubungan kausalitas antar variabel dan membuat kesimpulan. Untuk mengetahui pengaruh antar variabel menggunakan koefisien korelasi (R) pada taraf signifikan 5%. Apabila < maka  $H_0$  diterima, sedangkan > maka  $H_0$  ditolak. Sedangkan Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan Data Responden

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan pada 210 responden dari tujuh wilayah Solo Raya yang meliputi Kota Surakarta, Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten. Masing-masing kabupaten/kota mendapatkan jumlah responden yang sama sebanyak 30 responden. Sebanyak 45,2% responden adalah laki-laki dan 54,8% orang lainnya adalah perempuan. Mayoritas (*mode*) responden merupakan generasi milenial yang memiliki rentang usia 19-34 (49,5%) diikuti kelompok usia 35 – 50 tahun (33,8%) dan kelompok usia >50 tahun (16,7). Para responden memiliki tingkat pendidikan lulusan strata 1 (S1) (41,9%) diikuti lulusan Magister (S2) (19%) dan lulusan SMA (19%) dengan jenis pekerjaan 25,2% adalah karyawan swasta, 18,1% merupakan wiraswasta dan 14,3% adalah mahasiswa.

### Penggunaan Media Sosial

Hasil survei menemukan sebanyak 58,6% responden menyatakan menggunakan media sosial selama 3 – 10 jam dalam satu pekan. Sebanyak 31,9 % mengakses media sosial lebih dari 10 jam per minggu dan mengakses berbagai

media sosial melalui perangkat *smartphone* (91,4%). Ketika ditanya apakah responden mengetahui alamat akun yang dimiliki oleh pemerintah daerah di wilayahnya, 68,6% responden menjawab mengetahui, sedangkan 31,4% menjawab belum mengetahui alamat akun media sosial pemerintah daerahnya. Dalam penelitian ini seluruh responden tetap diminta menjawab semua pertanyaan, dengan beberapa pertimbangan: (1) Penelitian ini tidak menguji secara spesifik terhadap satu akun media sosial milik pemerintah, karena bisa jadi satu pemerintah daerah memiliki beberapa akun resmi; (2) Semua responden merupakan pengguna media sosial aktif; (3) Semua responden merupakan warga yang berinteraksi dengan layanan pemerintah. Selanjutnya data juga menunjukkan, meskipun tingkat penetrasi media sosial cenderung tinggi, tetapi intensitas responden untuk membuka atau mengakses media sosial pemerintah daerah masih kurang. Baru 52,9% responden yang mengatakan cukup sering mengakses akun media sosial pemerintah daerah.

Sebagian responden (29%) mengatakan jarang membuka akun media sosial pemerintah daerah dan belum pernah (18,1%). Demikian pula terkait pertanyaan 'apakah akun media sosial pemerintah daerah aktif meng-*update* posting', sebanyak 58% responden menjawab sering; sedangkan untuk pertanyaan 'apakah akun media sosial pemerintah daerah aktif membalas komentar netizen?', sebanyak 47% responden menjawab sering. Terkait format konten, format berita paling disukai, yaitu sebanyak 56,7%, diikuti oleh format artikel sebanyak 11,9%, dan format foto sebanyak 11,4%. Jenis informasi yang paling disukai adalah informasi tentang layanan publik sebanyak 37,1% diikuti oleh aktivitas pemerintah sebanyak 26,2% dan sosialisasi program sebanyak 25,2%. Selanjutnya bidang informasi layanan administrasi dianggap yang paling penting (33,8%), diikuti oleh informasi pendidikan (27,1%), pariwisata (13,3%) dan kesehatan (11%).

### **Akuntabilitas, Transparansi, dan Partisipasi Media Sosial Pemerintah Daerah Solo Raya**

Terkait pandangan responden mengenai aspek akuntabilitas media sosial pemerintahan daerah, beberapa jawaban akuntabilitas dengan skor tertinggi sebagai berikut: (1) Media sosial pemerintah daerah menyajikan informasi tentang agenda program dan layanan pemerintah, sebesar 81,90%; 2) Informasi yang disampaikan akun media sosial pemerintah daerah penting untuk anda, sebesar 80,86 %; serta 3) Media sosial pemerintah daerah menyajikan informasi dengan akurat, sebesar 80,29%. Jawaban untuk aspek akuntabilitas dengan skor terendah pada item: (1) Informasi yang disampaikan akun media sosial pemerintah daerah bermanfaat untuk anda, sebesar 79,33%; (2) Media sosial pemerintah kabupaten/kota menyajikan informasi dengan lengkap, sebesar 79,14%; serta (3) Media sosial pemerintah kabupaten/kota menjelaskan hasil-hasil kinerja yang telah dicapai oleh pemerintah, sebesar 78,29%. Selanjutnya aspek transparansi dengan skor tertinggi pada item sebagai berikut: 1) Dengan media sosial, publik lebih mudah mengakses informasi tentang pemerintah daerah, sebesar 82,38%; (2) Dengan media sosial, pemerintah daerah menjadi lebih terbuka kepada publik, sebesar 80,86%; serta (3) Media sosial pemerintah daerah digunakan untuk menyampaikan pelaporan kinerja pemerintah kepada publik, sebesar 78,48%. Aspek transparansi dengan skor terendah pada item: (1) Media sosial pemerintah daerah dapat digunakan untuk melaporkan tindak penyelewengan aparat pemerintah, sebesar 76,10%; (2) Akun media sosial pemerintah daerah aktif mengupdate status (posting), sebesar 73,33%; serta (3) Akun media sosial pemerintah daerah aktif membalas komentar netizen, sebesar 67,24%. Jawaban responden pada aspek partisipasi dengan skor tertinggi pada item: (1) Media sosial pemerintah daerah dapat menjadi forum untuk mendengarkan aspirasi publik, sebesar 79,52%; (2) Melalui media sosial pemerintah daerah memungkinkan

publik memperoleh hak yang sama sebagai warga, sebesar 79,14%; serta (3) Media sosial pemerintah daerah memungkinkan publik melakukan pengawasan kebijakan, program dan layanan pemerintah, sebesar 78,95%.

Jawaban responden pada aspek partisipasi dengan skor terendah pada item: (1) Anda aktif memberikan *like* untuk postingan dalam akun media sosial pemerintah daerah, sebesar 70,48 %; (2) Anda aktif membagikan (*share*) konten dalam akun media sosial pemerintah daerah, sebesar 68,95%; serta (3) Anda aktif mengomentari status/posting dalam akun media sosial pemerintah daerah, sebesar 66,57%.

### **Pengaruh Media Sosial terhadap Good Governance**

Berdasarkan hasil uji statistik, ditemukan nilai signifikansi sebesar  $0.00 < 0.05$  dan nilai  $r_{hitung} >$  dari nilai  $r_{tabel}$  ( $0.204 > 0.135$ ) sehingga dapat disimpulkan media sosial (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *good governance* (Y) (H1 diterima). Adapun besaran pengaruh media sosial terhadap pemerintahan yang baik (meliputi akuntabilitas, transparansi, dan partisipasi), penelitian ini menemukan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.042 sehingga dapat disimpulkan penggunaan media sosial memiliki pengaruh sebesar 4,2% terhadap *good governance* di wilayah Solo Raya dan 95,8% nya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Sedangkan tingkat hubungan antara penggunaan media sosial terhadap *good governance*, memiliki tingkat hubungan atau korelasi rendah (antara 0.20 – 0.399).

### **Pengaruh Media Sosial terhadap Akuntabilitas**

Berdasarkan hasil analisis, nilai signifikansi pengaruh media sosial terhadap akuntabilitas adalah sebesar  $0,01 < 0,05$  dan nilai  $r_{hitung} >$   $r_{tabel}$  ( $0,176 > 0,135$ ) sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara media sosial dan akuntabilitas (H2 diterima).

Adapun besaran pengaruh media sosial terhadap akuntabilitas adalah sebesar 0,031 atau 3,1%, sehingga dapat dikatakan besaran pengaruh media sosial pemerintah daerah terhadap akuntabilitas sebesar 3,1% sedangkan 96,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Berdasarkan analisis per daerah, peneliti menemukan ada pengaruh yang berbeda-beda antara media sosial pemerintah daerah dengan persepsi masyarakat mengenai akuntabilitas. Peneliti menemukan dari tujuh daerah kabupaten/kota di Solo Raya, hanya Kabupaten Sukoharjo yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap akuntabilitas. Nilai signifikansi pengaruh media sosial terhadap akuntabilitas Kabupaten Sukoharjo sebesar  $0,17 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan penggunaan media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap akuntabilitas media sosial pemerintahan di kabupaten Sukoharjo.

Di enam kota/kabupaten lainnya peneliti menemukan nilai signifikansi pengaruh media sosial terhadap akuntabilitas adalah sebesar  $< 0,05$  (Kabupaten Boyolali (Sig. 0,00  $R^2 = 39,6\%$ ), Kabupaten Karanganyar (Sig. 0,02  $R^2 = 3\%$ ), Kabupaten Klaten (Sig. 0,03  $R^2 = 4,2\%$ ), Kabupaten Sragen (Sig. 0,03  $R^2 = 3,3\%$ ), Kota Surakarta (Sig. 0,00  $R^2 = 22,7\%$ ), dan Kabupaten Wonogiri (Sig. 0,00  $R^2 = 6\%$ )).

### **Pengaruh Media Sosial terhadap Transparansi**

Berdasarkan hasil analisis, nilai signifikansi pengaruh media sosial terhadap akuntabilitas sebesar  $0,02 < 0,05$  dan nilai  $r_{hitung}$  sebesar  $0,156 >$   $r_{tabel}$   $0,135$  sehingga dapat disimpulkan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap transparansi (H3 diterima). Adapun besaran pengaruh media sosial terhadap transparansi adalah sebesar 0,024 atau 2,4% sehingga dapat dikatakan bahwa besaran pengaruh penggunaan media sosial pemerintah daerah terhadap persepsi tentang transparansi sebesar 2,4% sedangkan 97,6% nya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Berdasarkan hasil analisis per daerah, dari tujuh wilayah kota dan kabupaten

di Solo Raya, hanya media sosial pemerintah Kabupaten Boyolali yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap transparansi dengan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ . Pada enam daerah lainnya nilai signifikansi pengaruh media sosial terhadap akuntabilitas lebih besar dari nilai signifikansi 5% atau 0,05 sehingga media sosial tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi tentang transparansi.

### **Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi**

Berdasarkan hasil analisis, nilai signifikansi pengaruh media sosial terhadap partisipasi adalah sebesar  $0,00 < 0,05$  dan nilai  $r_{hitung}$  sebesar  $0,211 > r_{tabel}$  0,135 sehingga dapat disimpulkan secara simultan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi (H4 diterima). Adapun besaran pengaruh media sosial terhadap partisipasi adalah sebesar 0,044 atau 4,4% sehingga besaran pengaruh penggunaan media sosial pemerintah daerah terhadap partisipasi di wilayah Solo Raya adalah sebesar 4,4% sedangkan 95,6%-nya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Berdasarkan analisis per daerah ditemukan, hanya Kabupaten Boyolali yang memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang partisipasi dengan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ . Sedangkan pada enam daerah lainnya nilai signifikansi pengaruh media sosial terhadap partisipasi lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan, pada enam daerah lainnya media sosial tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi.

Dari hasil analisis diatas dapat dimaknai media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Good Governance* dan ketiga aspeknya yaitu akuntabilitas, transparansi, dan partisipasi di wilayah Solo Raya, meskipun pengaruh media sosial tersebut cenderung masih rendah. Dari ketiga aspek *good governance*, kontribusi media sosial paling besar pada aspek partisipasi, diikuti akuntabilitas dan transparansi. Temuan penelitian ini sejalan

dengan hasil penelitian sebelumnya bahwa penggunaan media sosial oleh pemerintah berpengaruh meningkatkan transparansi dan pada tahap berikutnya transparansi mendorong peningkatan partisipasi warga (Haro-de-Rosario, 2018; Bertot, 2012; Mergel, 2013). Terbukti pada penelitian ini media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi tentang *good governance* dan ketiga aspeknya.

Sedikit berbeda dengan penelitian Rosario (2018) penelitian ini menemukan media sosial dipersepsi berkontribusi lebih besar pada aspek partisipasi dibandingkan transparansi dan akuntabilitas. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan pendapat Khan (2017); Bertot, et.al (2012); Kamil (2013); Noveck (2021) bahwa media sosial dapat meningkatkan partisipasi masyarakat. Terkait nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.204 dan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.042, sehingga penggunaan media sosial memiliki pengaruh sebesar 4,2% terhadap persepsi *good governance* di wilayah Solo Raya, berarti pengaruh media sosial masih tergolong rendah dalam mendorong *good governance*, sehingga diperlukan upaya lebih intensif lagi dari pemerintah daerah untuk mengoptimalkan pengelolaan media sosialnya. Temuan penelitian pada pemerintah daerah di Solo Raya ini sejalan dengan penelitian Bonson (2012) bahwa pemerintah daerah cenderung masih pasif dalam penggunaan media sosial sehingga penggunaan media sosial masih sulit untuk dijadikan gerbang revolusi pemerintahan yang lebih konsultatif, partisipatoris, kolaboratif dan transparan (Bonsón et al., 2012).

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat ditarik simpulan sebagai berikut: 1) Penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi *good governance* pemerintah daerah di Solo Raya dengan nilai signifikansi adalah sebesar  $0,00 < 0,05$  dan nilai  $r_{hitung} >$  dan nilai  $r_{tabel}$  ( $0,204 > 0,139$ ) (H1

diterima); 2) Penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi akuntabilitas pemerintah daerah di wilayah Solo Raya dengan nilai signifikansi pengaruh media sosial terhadap akuntabilitas adalah sebesar 0,01 <0,05 dan nilai  $r_{hitung}$  sebesar 0,176 >  $r_{tabel}$  0,139 (H2 diterima); 3) Penggunaan media sosial pemerintahan daerah di Solo Raya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi transparansi pemerintah daerah di wilayah Solo Raya dengan nilai signifikansi pengaruh media sosial terhadap akuntabilitas adalah sebesar 0,02 <0,05 dan nilai  $r_{hitung}$  sebesar 0,156 >  $r_{tabel}$  0,139 (H3 diterima); 4) Penggunaan media sosial pemerintahan daerah di Solo Raya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap persepsi partisipasi pemerintah daerah di wilayah Solo Raya dengan nilai signifikansi pengaruh media sosial terhadap partisipasi adalah sebesar 0,02 <0,05 dan nilai  $r_{hitung}$  sebesar 0,211 >  $r_{tabel}$  0,139 (H4 diterima); 5) Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.204 dan nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0.042 sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh sebesar 4,2% terhadap persepsi tentang *good governance* di wilayah Solo Raya.

Temuan penelitian ini mengkonfirmasi hasil penelitian sebelumnya bahwa media sosial meningkatkan transparansi pemerintah. Penelitian ini memberikan kebaruan dengan menemukan media sosial justru dipersepsi berkontribusi lebih besar pada aspek partisipasi dibandingkan transparansi dan akuntabilitas. Berpijak pada hasil penelitian ini, peneliti merekomendasikan pemerintah daerah lebih meningkatkan *engagement* dan relevansi konten dalam pengelolaan media sosial, sehingga dapat memberikan kontribusi lebih besar pada pelaksanaan *good governance*.

### Daftar Pustaka

- A.Mishaal, D., & Abu-Shana, E. b. (2015). The Effect of Using Social Media in Governments: Framework of Communication Success. *International Conference on Information Technology*, 357–364. <https://doi.org/10.15849/icit.2015.0069>
- Aminuzzaman, S. M., Jamil, I., & Haque, S. T. M. (2015). Does Governance Matter in South Asia and Beyond? In I. Jamil, S. M. Aminuzzaman, & S. T. M. Haque (Eds.), *Governance in South, Southeast, and East Asia* (pp. 245–258). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-15218-9>
- Barthwal, C. (2003). E-Governance For Good Governance. *Indian Political Science Association Number*, 64(1), 285–308.
- Bertot, John C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Government Information Quarterly*, 27(3), 264–271. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2010.03.001>
- Bertot, John Carlo, Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2012). Promoting transparency and accountability through ICTs, social media, and collaborative e-government. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 6(1), 78–91. <https://doi.org/10.1108/17506161211214831>
- Bertot, John Carlo, Jaeger, P. T., & Hansen, D. (2012). The impact of policies 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>
- Bertot, John Carlo, Jaeger, P. T., Munson, S., & Glaisyer, T. (2010). Social Media Technology and Government Transparency. *Computer*, 43(11), 53–59. <https://doi.org/10.1109/MC.2010.325>
- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S., & Flores, F. (2012). Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government Information Quarterly*, 29(2). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2011.10.001>

- Creswell, J. W. (2016). *Research Design, Pendekatan Kualitatif Kuantitatif dan Campuran, Edisi Keempat*. Pustaka Pelajar.
- Diga, M., & Kelleher, T. (2009). Social media use, perceptions of decision-making power, and public relations roles. *Public Relations Review*, 35(4), 440–442. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.07.003>
- Duarmas, D., Rumapea, P., & Rompas, W. Y. (2016). Prinsip-Prinsip Good Governance Dalam Pelayanan Publik Di Kantor Camat Kormomolin Kabupaten Maluku Tenggara Barat. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(37). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/JAP/article/view/11741/11334>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Tajvidi, M., Lal, B., Sahu, G. P., & Gupta, A. (2017). Exploring the Role of Social Media in e-Government. *Proceedings of the 10th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance, Part F1280*(February 2019), 97–106. <https://doi.org/10.1145/3047273.3047374>
- Farazmand, A. (2015). Governance in South, Southeast, and East Asia. In I. Jamil, S. M. Aminuzzaman, & S. T. M. Haque (Eds.), *Governance in South, Southeast, and East Asia* (pp. 11–26). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-15218-9>
- Gao, X., & Lee, J. (2017). E-government services and social media adoption: Experience of small local governments in Nebraska state. *Government Information Quarterly*, 34(4), 627–634. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2017.09.005>
- Gascó-Hernández, M., & Fernández-Ple, C. (2014). Open Government and Social Media Strategies: A New Management Technique or Real Contribution to Strengthening Democracy. *International Research Society for Public Management*, 1–25. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2827.2727>
- Haro-de-Rosario, A., Sáez-Martín, A., & del Carmen Caba-Pérez, M. (2018). Using social media to enhance citizen engagement with local government: Twitter or Facebook? *New Media and Society*, 20(1), 29–49. <https://doi.org/10.1177/1461444816645652>
- Huda, M., & Yunas, N. S. (2016). The Development of E-Government System in Indonesia. *Jurnal Bina Praja*, 8(1), 97–108. <http://jurnal.kemendagri.go.id/index.php/jbp/article/view/166>
- Irawan, B. (2015). E-Government Sebagai Bentuk Baru Dalam Pelayanan Publik: Sebuah Tinjauan Teoritik. *Jurnal Paradigma*, 4(3), 200–209. <http://ejournals.unmul.ac.id/index.php/JParadigma/article/download/419/379>
- Kamil, I. (2013). Peran Sosial Media dalam Mewujudkan Good Government. *Sosiohumanitas*, XV(1), 1–12. <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/jspg/article/view/507>
- Khan, Gohar F. (2017). *Social Media For Government*. Springer Singapore.
- Khan, Gohar Feroz. (2013). The Government 2.0 utilization model and implementation scenarios. *Information Development*, 31(2), 135–149. <https://doi.org/10.1177/0266666913502061>
- Khan, Gohar Feroz, Swar, B., & Lee, S. K. (2014). Social Media Risks and Benefits: A Public Sector Perspective. *Social Science Computer Review*, 32(5), 606–627. <https://doi.org/10.1177/0894439314524701>
- Kharisma, B. (2014). Dalam Sektor Publik Dan Swasta (Suatu Pendekatan Ekonomi Kelembagaan). *Buletin Studi Ekonomi*, 19(1), 11.
- Magro, M. J. (2012). A Review of Social Media Use in E-Government. *Administrative Sciences*, 2(2), 148–161. <https://doi.org/10.3390/admsci2020148>
- Mahmudah, D. (2018). Persepsi Aparat Pemerintah Kota Jambi terhadap Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Media Pengaduan Berbasis Aplikasi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 22(2), 123. <https://doi.org/10.31445/jskm.2018.220203>
- Mahsun, Muhammad. (2018). *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*. BPFE
- Marpianta, D. A., & Hendriyani. (2019). Influence of Use of Social Media of Government Agencies on Trust to the Government : Study on Social Media Owned by Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan

- Terpadu Satu Pintu Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Komunikasi Indonesia, VIII(2)*.
- Maznorbalia, A. S., & Awalludin, M. A. (2021). Users Acceptance of E-Government System in Sintok, Malaysia: Applying the UTAUT Model. *Policy & Governance Review, 5(1)*, 66. <https://doi.org/10.30589/pgr.v5i1.348>
- Noveck, B. S. (2021). From Idea to Implementation. In *Solving Public Problem: A Practical Guide to Fix Our Government and Change Our World*. Yale University Publisher.
- Pomeranz, E. F., & Stedman, R. C. (2020). Measuring good governance: piloting an instrument for evaluating good governance principles. *Journal of Environmental Policy and Planning, 22(3)*, 428–440. <https://doi.org/10.1080/1523908X.2020.1753181>
- Krina P, Loina Lalolo. (2003). *Indikator dan Alat Ukur Prinsip Akuntabilitas, Transparansi dan Partisipasi*. Sekretariat Good Public Governance Badan Perencanaan Pembangunan Nasional
- Pusvita, V., Widyawan & Setiawan, M. R. (2017). Jenis Partisipasi Masyarakat Dalam Government 2.0 (Studi Kasus Halaman Facebook Ridwan Kamil) Type of Citizen Participation in Government 2.0 (Case Tudy Facebook Page Ridwan Kamil). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 6(1)*, 1–14.
- Roengtam, S. (2020). The effectiveness of social media use for local governance development. *Systematic Reviews in Pharmacy, 11(12)*, 218–225. <https://doi.org/10.31838/srp.2020.12.35>
- Romi. (2011). Implementasi Good Governance Dan Perizinan Dalam Pemanfaatan Ruang Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum, 2(1)*, 84–95. <https://media.neliti.com/media/publications/9123-ID-implementasi-good-governance-dan-perizinan-dalam-pemanfaatan-ruang-di-indonesia.pdf>
- Safrijal, Basyah, M. N., & Ali, H. (2016). Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance Oleh Aparatur Pelayanan Publik Di Kecamatan Kluet Utara Aceh Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kewarganegaraan Unsyiah, 1(1)*, 176–191.
- Sandoval-Almazan, R., & Gil-Garcia, J. R. (2012). Are government internet portals evolving towards more interaction, participation, and collaboration? Revisiting the rhetoric of e-government among municipalities. *Government Information Quarterly, 29(SUPPL. 1)*, S72–S81. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2011.09.004>
- Siregar, C. N., & Rahmansyah, S. (2019). Persepsi Dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Implementasi Program Jabar Digital Dalam Akun Instagram Ridwan Kamil Sebuah Kajian Sosio-Digital. *Jurnal Sosioteknologi, 18(3)*, 369–380. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2019.18.3.5>
- Song, C., & Lee, J. (2016). Citizens Use of Social Media in Government, Perceived Transparency, and Trust in Government. *Public Performance and Management Review, 39(2)*, 430–453. <https://doi.org/10.1080/15309576.2015.1108798>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukarno, M., & Winarsih, A. S. (2021). Analisis Pelayanan Publik Berbasis Media Sosial ( Studi Kasus Provinsi Jawa Tengah ). *Journal of Social Politics and Governance, 3(1)*, 12–22. <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/jspg/article/view/507>
- Usman, A., Bashir, A., & Bello, M. (2020). Social Media and Political Accountability in Nigeria: A Thematic Case Analysis. *Adsu Journal of Political Science and Administration, 1(1)*, 2735–9646.
- Voorveld, H. A. M., van Noort, G., Muntinga, D. G., & Bronner, F. (2018). Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type. *Journal of Advertising, 47(1)*, 38–54. <https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1405754>
- Yuliani, F., Adriadi, R., & Safitra, L. (2020). Media Baru Dalam Pelayanan Publik ( Sosial Media Dalam Pelayanan Publik Oleh Ombudsman Ri Bengkulu ). *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media, 4(2)*, 149–157. <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/1467>