

## Pemetaan Struktur Media Sosial Pemerintah Daerah Dalam Mencapai Akuntabilitas Publik

Victoria K. Priyambodo<sup>1\*</sup>, Baiq Anggun Hilendri Lestari<sup>2</sup>, Paradisa Sukma<sup>3</sup>, Azizah  
Awaliah<sup>4</sup>, Baiq Arnita Hairuzzami<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram

\*Korespondensi: [priyambodo.victoria@unram.ac.id](mailto:priyambodo.victoria@unram.ac.id)

---

**Tanggal Masuk:**

22 Juli 2024

**Tanggal Revisi:**

14 Oktober 2024

**Tanggal Diterima:**

21 Oktober 2024

---

**Keywords:** *Government Social Media; Local Government; Public Accountability; Social Media Engagement.*

---

**How to cite (APA 6<sup>th</sup> style)**

Priyambodo, V. K., Lestari, B. A. H., Sukma, P., Awaliah, A., & Hairuzzami, B. A. (2024). Pemetaan Struktur Media Sosial Pemerintah Daerah Dalam Mencapai Akuntabilitas Publik. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 6 (4),1344-1355.

---

**DOI:**

<https://doi.org/10.24036/jea.v6i4.1976>

---

**Abstract**

*In the modern world, social media as a means of information sharing, communication and interaction is increasingly popular and government administrations are actively taking advantage the dominance of social media to promote public goals. Citizen participation is expected to improve the effectiveness and responsiveness of the government. This also promotes the creation of public accountability. One way to conceptualize and measure social media engagement is to map the flow of information between government agencies and the public. This research aims to identify and map the communication structure and involvement of local government with the community to improve the public accountability process. The data collection method used in this research is content analysis with a structured framework. Based on observations of 38 Provincial Governments accounts, on four social media (Facebook, X/Twitter, Instagram and YouTube), the structure of public involvement is still dominant in the one-to-many communication model. Local Government actively provides one-way information without responding to user comments or questions.*



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

---

### PENDAHULUAN

Media sosial memiliki peran penting dalam masyarakat modern (Bonsón et al., 2019). Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah telah mengadopsi media sosial sebagai metode untuk berkomunikasi dan terlibat dengan masyarakat (Bonsón et al., 2019). Penggunaan media sosial, seperti Facebook, X/Twitter, Youtube, Instagram dan lainnya telah menyediakan platform bagi pengguna untuk secara proaktif mengungkapkan dan bertukar pendapat, berbagi pengetahuan dan pengalaman, serta mengembangkan jejaring sosial mereka (Duan et al., 2023). Perkembangan ini didasarkan pada keyakinan bahwa platform media sosial mampu meningkatkan transparansi, mendorong partisipasi warga dan

mendorong kolaborasi antara pemerintah dan administrasi publik serta aktor masyarakat lainnya (Criado & Villodre, 2021).

Keterlibatan media sosial (*social media engagement*) pemerintah dimulai dengan personel yang menciptakan peluang bagi publik untuk mengakses dan mengomentari informasi (Wukich, 2022). Mereka memilih dari berbagai strategi, mulai dari penyebaran informasi sederhana hingga dialog yang lebih interaktif (Mergel, 2013; Wukich, 2022). Beberapa penulis telah menunjukkan pentingnya penelitian masa depan yang berfokus pada aspek kualitatif dari apa yang entitas lokal lakukan pada media sosial untuk menilai dampak nyata media sosial pada hubungan pemerintah-ke-warga negara (Bonsón et al., 2012, 2019).

Duan et al. (2023) menjelaskan bahwa memasukkan data informasi media sosial, ke dalam sistem informasi akuntansi pemerintah adalah cara mempertimbangkan preferensi warga negara dan pandangan mereka tentang isu-isu publik, yang membantu pembuat keputusan pemerintah untuk menyediakan layanan publik yang lebih baik yang penting bagi warga, menentukan bagaimana layanan publik harus dikelola, diukur, dan dilaporkan. Mengumpulkan dan menganalisis informasi media sosial adalah cara langsung dan efisien untuk mendapatkan umpan balik tepat waktu dari warga dan berinteraksi secara proaktif dengan publik (Duan et al., 2023). Sistem informasi akuntansi pemerintah dapat menggabungkan langkah-langkah ini dan menghubungkannya dengan angka biaya yang memungkinkan pemahaman tentang efisiensi dan efektivitas operasi (Duan et al., 2023).

Media sosial dan aplikasi web interaktif lainnya telah menciptakan sarana komunikasi dan organisasi yang berbiaya rendah dan dapat diakses yang telah menyamakan kedudukan antara pemerintah dan warga negara (Vanhommerig & Karré, 2014). Ini juga mempengaruhi bagaimana yang warga negara meminta pertanggungjawaban pemerintah: setiap orang sekarang memiliki sarana untuk mengatur dan menyebarkan pesan dan untuk bertindak sebagai apa yang dapat digambarkan sebagai 'auditor' (Vanhommerig & Karré, 2014). Aplikasi internet interaktif memiliki potensi untuk memberikan warga peran yang lebih aktif dalam proses akuntabilitas.

Penelitian terkait keterlibatan masyarakat dalam media sosial pemerintah daerah dalam rangka meningkatkan akuntabilitas publik belum banyak dilakukan terutama dalam konteks studi kasus di pemerintah daerah di Indonesia. Studi ini berusaha untuk memetakan struktur keterlibatan media sosial pemerintah daerah dengan mengadopsi kerangka dari (Mergel, 2013) dan Wukich (2022). Wukich (2022) mengusulkan suatu kerangka kerja untuk memperhitungkan persimpangan antara struktur dan konten dan, dengan demikian, mencirikan pilihan keterlibatan secara lebih efektif. Wukich (2022) menjelaskan kerangka struktur-konten memberikan panduan yang berguna bagi peneliti dan praktisi untuk mengkarakterisasi sejauh mana interaksi pemerintah dan masyarakat serta beberapa tujuan mendasar yang menonjol.

Untuk mendapatkan perhatian masyarakat dan meningkatkan partisipasi mereka, strategi yang baik mungkin adalah memahami konten dan jenis media apa yang paling menarik bagi mereka (Bonsón et al., 2015). Konten dan jenis media tertentu mungkin lebih menarik daripada jenis yang lain. Oleh karena itu, mengidentifikasi konten dan jenis media tersebut, serta menyusun rencana komprehensif tentang cara mempertahankan percakapan yang lancar dengan warga, menangani keluhan, saran, dan kebutuhan mereka, akan meningkatkan kualitas layanan publik yang ditawarkan (Bonsón et al., 2019). Setelah strategi dan tujuan diidentifikasi, pedoman harus ditetapkan untuk memberikan manajemen alat operasi untuk menjalankan komunikasi di media sosial. Jika dilakukan dengan benar, ini adalah strategi yang saling menguntungkan yang kedua belah pihak, pemerintah dan masyarakat, mendapatkan keuntungan. Hasil penelitian Budi et al. (2020) menunjukkan bahwa institusi pemerintah di Indonesia telah menggunakan fitur Web 2.0 dan media sosial,

walaupun tingkat penggunaan belum merata. Berdasar pada rumusan masalah tersebut, studi ini berusaha untuk menjawab pertanyaan berikut: “Bagaimana pemerintah daerah menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi untuk terlibat dengan masyarakatnya dalam proses akuntabilitas publik?” Penelitian ini bertujuan untuk menyediakan gambaran umum tentang bagaimana pemerintah daerah menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan warganya melalui pemetaan pola komunikasi dan keterlibatan dengan masyarakat.

Bonsón et al. (2017) berpendapat bahwa kehadiran sederhana di media sosial tidaklah cukup. Untuk memaksimalkan manfaat dari fenomena ini, pemerintah daerah harus secara jelas mendefinisikan strategi komunikasi daring mereka dan mendorong komunikasi dua arah antara pemerintah daerah dan warga untuk meningkatkan keterlibatan warga (Bonsón et al., 2019). Mergel (2017) menyatakan bahwa penting untuk membedakan berbagai jenis cara komunikasi yang dipilih oleh berbagai jenis organisasi pemerintah. Studi ini menjadi studi awal untuk mengidentifikasi struktur dan konten penggunaan media sosial oleh pemerintah daerah, dan kemudian merumuskan pola komunikasi yang efektif dalam rangka meningkatkan akuntabilitas publik.

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dengan memperkaya literatur, yang kurang mengidentifikasi studi empiris serupa yang dilakukan di negara-negara berkembang. Temuan-temuan ini juga secara praktis akan membantu lembaga-lembaga pemerintah di Indonesia dan konteks serupa dengan memanfaatkan potensi media sosial untuk mendorong kolaborasi antara pemerintah dan warga negara.

## REVIU LITERATUR

### Teori Institusional (*Institutional Theory*)

Teori institusional (*Institutional Theory*) dikembangkan oleh DiMaggio & Powell (1983). Teori institusional atau teori kelembagaan dasar pikirannya adalah terbentuknya organisasi oleh karena tekanan lingkungan institusional yang menyebabkan terjadinya institusionalisasi. Altayar (2018) menjelaskan bahwa karena organisasi dan lembaga memiliki hubungan dan kaitan langsung dengan lingkungan yang lebih luas, mereka cenderung dipengaruhi oleh berbagai faktor, proses, dan kekuatan kelembagaan. Eksistensi organisasi terjadi pada cakupan organisasional yang luas di mana setiap organisasi saling mempengaruhi bentuk organisasi lainnya lewat proses adopsi atau institusionalisasi (pelembagaan).

Teori kelembagaan menyediakan kerangka kerja yang luas untuk memahami akuntabilitas pemerintah daerah di media sosial dengan berfokus pada tekanan dan norma eksternal yang membentuk perilaku. Berikut ini merupakan penjabaran teori kelembagaan untuk menjelaskan akuntabilitas pemerintah daerah di media sosial berdasarkan tiga kekuatan yang diidentifikasi oleh DiMaggio & Powell (1983) yaitu tekanan koersif, mimetik, dan normatif.

- a. Koersif: Pemerintah daerah dipengaruhi oleh tekanan eksternal untuk mengadopsi praktik yang transparan dan akuntabel karena harapan publik, kerangka hukum, dan norma sosial. Media sosial berfungsi sebagai platform yang memperkuat harapan ini, sehingga penting bagi pemerintah untuk menjaga transparansi dan menanggapi pengawasan publik.
- b. Mimetik: Pemerintah daerah dapat mengadopsi praktik akuntabilitas dan transparansi yang serupa di media sosial saat mereka mengamati pemerintah lain melakukannya. Isomorfisme mimetik ini dapat menyebabkan penyebaran penggunaan media sosial untuk tujuan akuntabilitas karena pemerintah meniru strategi sukses yang digunakan oleh pemerintah lainnya.

- c. Normatif: Keterlibatan media sosial sering kali didorong oleh kebutuhan untuk tampak sah bagi konstituen. Pemerintah menggunakan platform seperti X/Twitter, Facebook, atau Instagram untuk mengomunikasikan keputusan, mengumpulkan umpan balik, dan menunjukkan respons terhadap masalah publik, yang pada gilirannya membangun legitimasi dan kepercayaan.

### **Media Sosial Untuk Administrasi Publik**

Yuan et al. (2023) mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan aktivitas yang mencakup interaksi sosial, pembuatan konten, dan integrasi teknologi komunikasi informasi. Tang et al. (2021) mendefinisikan media sosial pemerintah sebagai profil media sosial yang dibuat dan dioperasikan oleh entitas pemerintah. Media sosial pemerintah telah muncul sebagai alat yang efektif bagi pemerintah untuk membangun dan memelihara hubungan dengan warganya dengan menawarkan platform untuk bertukar informasi dan meningkatkan transparansi pemerintah (Khan et al., 2021). Namun, Medaglia & Zhu (2017) mengemukakan pandangan yang berbeda, mereka menggambarkan bahwa penggunaan media sosial pemerintah masih terbatas pada penyediaan informasi satu arah daripada saluran interaksi warga dua arah. Terlepas dari perdebatan efektivitas media sosial pemerintah untuk komunikasi dua arah, para peneliti umumnya percaya bahwa media sosial pemerintah diperlukan untuk penyediaan informasi (Medaglia & Zhu, 2017).

Entitas pemerintah mengadopsi saluran media sosial terutama karena tiga alasan: mengumpulkan pendapat publik, mencari kerja sama warga terhadap inisiatif dan kebijakan, dan memberi tahu warga tentang proses pemerintahan yang sedang berlangsung dan keputusan pemerintah (Mergel, 2013). Bonsón et al. (2019) menjelaskan tergantung pada konteks budaya, orang dan pemerintah di berbagai negara mengadopsi media sosial secara berbeda. Pemerintah Barat memahami bahwa media sosial menawarkan sarana penting untuk memulihkan kepercayaan pada pemerintah dan memastikan bahwa layanan menanggapi kebutuhan dan aspirasi warga negara, sementara pemerintah timur mengadopsi dan menggunakannya terutama untuk promosi diri dan pemasaran politik alih-alih transparan, layanan publik partisipatif dan berorientasi warga (Bonsón et al., 2019).

Facebook dan Twitter adalah media sosial yang optimal untuk berfungsi sebagai forum diskusi lokal baru; platform ini dapat menjadi saluran baru bagi pemerintah daerah untuk mengirim pesan terkait layanan lokal kepada warganya atau dapat berfungsi sebagai platform pertukaran informasi atau alat untuk mendapatkan umpan balik dari warga (Bonsón et al., 2019). Dipercaya bahwa penggunaan media sosial yang tepat dan strategis dapat meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan dan pemecahan masalah di tingkat masyarakat (Linders, 2012; Yuan et al., 2023). Mengingat sifat interaktif media sosial adalah interaktif dan memfasilitasi komunikasi dua arah, kehadiran pemerintah di media sosial sangat penting bagi entitas pemerintah untuk menjangkau warga secara efektif (Gao & Lee, 2017; Houston et al., 2016; Yuan et al., 2023).

### **Kerangka Struktur Media Sosial**

Salah satu cara untuk mengonsep dan mengukur keterlibatan media sosial adalah dengan memetakan arus informasi antara lembaga pemerintah dan publik (Wukich, 2022). Wukich (2022) mengadaptasi struktur model mode komunikasi Mergel (2013) yang telah lama digunakan untuk mengkarakterisasi aliran informasi dan menjelaskan bagaimana pihak pemerintah menggunakan informasi tersebut. Hasil observasi Mergel (2017) menunjukkan bahwa mode komunikasi media sosial berbeda-beda berdasarkan jenis organisasi pemerintah, tujuan strategis dan operasionalnya, serta hasil yang diharapkan dari penggunaan media sosial. Konsep mode komunikasi media sosial termasuk strategi komunikasi satu-ke-banyak (*one-to-*

*many*), satu-ke-satu (*one-to-one*), dan banyak-ke-banyak (*many-to-many*) (Mergel, 2013, 2017).

Pada mode pertama (*one-to-many information sharing*), pejabat pemerintah (a) memilih informasi yang dianggap penting, (b) mengembangkan pesan terkait, dan (c) menyebarkannya ke publik. Mereka tidak mengundang masukan publik atau terlibat dalam dialog. Seperti yang ditunjukkan oleh beberapa studi kasus, pihak berwenang mengandalkan pesan *one-to-many* sebagai strategi komunikasi utama (Mergel, 2017). Mode komunikasi kedua (*one-to-one interactions*) terjadi ketika pegawai pemerintah secara individual menanggapi masukan publik (Mergel, 2017). Interaksi satu lawan satu juga terjadi ketika pejabat mengundang dan menerima umpan balik individu dari publik. Ketika pejabat memantau media sosial dan berpartisipasi dalam percakapan yang lebih besar, mereka terlibat dalam mode komunikasi ketiga, interaksi *many-to-many* (Mergel, 2017).

Penelitian Wukich (2022) mengusulkan suatu kerangka kerja untuk memperhitungkan persimpangan antara struktur dan konten (*structure-content*) dan, dengan demikian, mencirikan pilihan keterlibatan (*engagement*) secara lebih efektif. Temuan menunjukkan perbedaan kualitatif antara beragam model keterlibatan. Pemerintah kota memprioritaskan berbagai kategori konten, dan masukan publik, selanjutnya mengarahkan pejabat untuk menyesuaikan konten mereka dan membahas topik baru selama insiden tersebut baik melalui balasan langsung ke individu atau *postingan* yang lebih umum yang ditujukan untuk *audiens* yang lebih besar.

### **Akuntabilitas Publik**

Akuntabilitas sering dilihat sebagai prasyarat penting untuk pemerintahan yang adil dan merata (Vanhommerig & Karré, 2014). Bovens et al. (2008) mendefinisikan akuntabilitas sebagai hubungan sosial di mana seorang aktor merasa berkewajiban untuk menjelaskan dan membenarkan tindakannya kepada orang penting lainnya. Di sektor publik, aktor yang dimintai pertanggungjawaban umumnya adalah pemerintah atau salah satu organisasinya, dengan masyarakat sebagai forum pertanggungjawaban (Vanhommerig & Karré, 2014).

Dalam bentuknya yang paling tradisional, akuntabilitas merupakan proses vertikal dan mengikuti garis kontrol hierarkis. Lapisan bawahan pemerintah atau organisasi pemerintah memberikan pertanggungjawaban kepada prinsipal secara berkala, misalnya, setiap tahun. Akuntabilitas tradisional membutuhkan organisasi publik untuk memberikan pertanggungjawaban, secara siklis dan secara transparan, apakah mereka memenuhi seluruh aturan yang telah ditetapkan. Akuntabilitas vertikal dilengkapi dengan bentuk akuntabilitas diagonal dan horizontal. Akuntabilitas diagonal mengacu pada peran yang dimainkan oleh Ombudsman, auditor dan inspektur independen yang melapor langsung atau tidak langsung kepada parlemen atau menteri tetapi tidak memiliki hubungan hierarkis langsung dengan manajer publik yang mereka pertanggungjawabkan (Bovens et al., 2008). Di sini, peran warga negara dalam hal akuntabilitas terbatas. Meskipun akuntabilitas horizontal meningkatkan kemungkinan interaksi pemerintah-warga negara, hal ini umumnya hanya terjadi pada interval tertentu dan cenderung cukup sepihak. Pemerintah meminta masukan dari masyarakat atas proposalnya dan memberi tahu mereka tentang kinerjanya. Tetapi tidak ada kemungkinan bagi warga negara untuk secara proaktif meminta pertanggungjawaban pemerintah.

Vanhommerig & Karré (2014) berargumen bahwa perubahan besar dalam teknologi dan informasi berdampak pada bagaimana warga meminta pertanggungjawaban pemerintah. Kontrol atas informasi, yang sebelumnya kuat di tangan pemerintah, telah bergeser. Perpindahan produksi data ke bentuk digital telah membawa pergeseran dari bentuk akuntabilitas vertikal, *monodirectional*, dan berfokus pada pemerintah ke bentuk

akuntabilitas yang lebih horizontal, terdesentralisasi, pluralistik, dihasilkan oleh pengguna, multimodal dan dialogis (Agostino et al., 2022). Perubahan ini juga mengakibatkan warga menjadi aktif terlibat dalam produksi dan generasi konten mereka sendiri. Ini berpotensi menjanjikan mereka tingkat pemberdayaan yang lebih besar, termasuk suara dan pengguna yang terpinggirkan, dengan memberi mereka akses yang lebih mudah ke layanan dan informasi (Agostino et al., 2022). Warga negara tidak hanya penerima informasi akuntabilitas tetapi dapat menggunakan kembali data dan dalam beberapa kasus bahkan telah menjadi produsen data. Agostino et al. (2022) menjabarkan digitalisasi memiliki implikasi penting untuk akuntansi dan akuntabilitas dalam tiga bidang utama: produksi data dan informasi, konsumsi data tersebut, dan pengaruhnya.

## **METODE PENELITIAN**

Bagian ini menjelaskan tentang pemilihan dan pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian, pengukuran dan operasionalisasi variabel penelitian, dan metode analisis data. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis konten. Analisis konten (*content analysis*) didefinisikan sebagai metode penelitian multiguna untuk menyelidiki spektrum masalah yang luas dengan secara sistematis dan obyektif mengidentifikasi karakteristik khusus dari pesan (Holsti, 1969 dalam (Bonsón et al., 2019)). Metode ini berguna untuk sampel besar, karena analisis ini membandingkan konten dengan cara yang sistematis, kompleks, dan objektif (Bonsón et al., 2019). Studi ini menggunakan analisis konten dengan meninjau akun media sosial pemerintah daerah. Tujuannya adalah untuk mengungkapkan sejauh mana media sosial digunakan (Al-Aufi et al., 2017).

### **Pengumpulan Data**

Akun sosial media (X/Twitter, Instagram, Facebook, Youtube) masing-masing pemerintah daerah dikumpulkan dengan mengikuti tautan di situs web resmi pemerintah daerah atau dengan mencari platform media sosial untuk mengidentifikasi akun pemerintah daerah yang terverifikasi. Akun pemerintah daerah yang dicari yaitu total 38 Pemerintah Provinsi yang ada di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan selama bulan Maret hingga April 2024. Peneliti mengumpulkan dan menganalisis data media sosial dari Twitter, Facebook, Instagram dan YouTube karena ketiganya merupakan situs media sosial yang paling banyak digunakan dan dikunjungi masyarakat Indonesia (Budi et al., 2020).

Data mencakup teks dari (a) *postingan* di akun Pemerintah Provinsi, (b) komentar pengguna, dan (c) balasan pemerintah untuk komentar tersebut. Oleh karena itu, masing-masing mode komunikasi (Mergel, 2013) akan diidentifikasi: *one-to-many* (melalui *posting* asli) dan *one-to-one* dan *many-to-many* (melalui komentar dan balasan selanjutnya).

### **Analisis Data**

Tujuan studi ini adalah untuk mengeksplorasi struktur komunikasi yang mendasari pertukaran informasi pemerintah daerah dengan masyarakat. Oleh karena itu, analisis konten difokuskan pada pesan asli yang merupakan mode komunikasi *one-to-many* serta komentar dan balasan langsung yang merupakan interaksi *one-to-one*. Pesan yang juga diperiksa adalah pesan pemerintah yang menandakan interaksi *many-to-many* seperti manajemen rumor. Peneliti menggunakan kode untuk menetapkan interaksi pemerintah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 menunjukkan gambaran umum unit analisis. Peneliti menelusuri empat media sosial, yaitu Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dari 38 Pemerintah Provinsi di Indonesia. Observasi dari akun media sosial Pemerintah Provinsi menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform yang paling banyak digunakan, diikuti Facebook, X/Twitter dan terakhir Youtube. Untuk media Facebook, sebesar 27 unit memiliki akun (71,1%). Untuk media Twitter, sebesar 25 unit memiliki akun (65,8%). Untuk media Instagram, sebanyak 28 unit memiliki akun (73,7%). Terakhir, untuk media Youtube, sebesar 19 unit telah memiliki akun (50%).

**Tabel 1**  
**Gambaran Umum Unit Analisis**

Media Sosial	Yang Memiliki Akun		Yang tidak Memiliki Akun		Total (%)
	N	%	N	%	
Facebook	27	71.1	11	28.9	100
Twitter	25	65.8	13	34.2	100
Instagram	28	73.7	10	26.3	100
Youtube	19	50.0	19	50.0	100

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi struktur keterlibatan di media sosial pemerintah daerah di Indonesia dengan mengidentifikasi mode komunikasi berdasarkan kategori dari Mergel (2017), yaitu *one-to-many*; *one-to-one*, dan *many-to-many*. Peneliti menelusuri jejak postingan dari administrator media sosial pemerintah daerah, komentar dari masyarakat atau pengguna, serta balasan administrator terhadap komentar tersebut. Tabel 2 menunjukkan sebaran model komunikasi yang diidentifikasi berdasarkan struktur tersebut.

Mode *one-to-many* ditunjukkan dengan informasi satu arah yang diberikan oleh pemerintah tanpa aksi atau permintaan masukan dari publik. Seluruh pemerintah provinsi yang memiliki akun (100%) di empat media sosial telah menunjukkan pola berbagi informasi kepada publik dengan berbagai jenis konten. Variasi konten yang paling sering muncul yaitu berkaitan dengan informasi acara, himbuan umum, pengetahuan umum dan edukasi, serta laporan keuangan dan laporan kinerja.

Mode *one-to-one* dicirikan dengan interaksi langsung antara warga negara individu dan organisasi pemerintah (Mergel, 2017). Dalam struktur model ini, pemerintah menanggapi secara langsung komentar, pertanyaan, ataupun permintaan informasi dari individu. Hasil observasi menunjukkan tidak ada administrator media sosial pemerintah yang memberikan tanggapan atau jawaban atas komentar atau pertanyaan dari individu.

Mode ketiga yaitu interaksi *many-to-many* yang mana pemerintah dan publik terlibat dalam diskusi yang lebih luas. Mergel (2017) menjelaskan bahwa pemerintah melihat dirinya sebagai bagian dari jaringan sejawat dan mengakui bahwa banyak aktor berbeda dalam jaringan tersebut memiliki informasi berharga untuk disumbangkan. Temuan menunjukkan bahwa pemerintah daerah tidak membuka diskusi yang lebih luas di platform Facebook dan Twitter. Di sisi lain, hasil menunjukkan 2 akun pemerintah daerah (7,1%) membuka diskusi di media Instagram, dan 4 akun pemerintah daerah (21,1%) membuka diskusi dengan publik melalui media Youtube. Contoh kegiatan yaitu berupa *webinar* kajian dan edukasi.

**Tabel 2**  
**Pemetaan Struktur Media Sosial Pemerintah Daerah**

Media Sosial	<i>One-to-Many</i>		<i>One-to-One</i>		<i>Many-to-Many</i>	
	N	%	N	%	N	%
Facebook	27	100	0	0	0	0
Twitter	25	100	0	0	0	0
Instagram	28	100	0	0	2	7.1
Youtube	19	100	0	0	4	21.1

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil observasi terhadap 38 akun Pemerintah Daerah, khususnya Pemerintah Provinsi, di empat media sosial (Facebook, X/Twitter, Instagram, dan Youtube), struktur keterlibatan publik masih dominan pada model komunikasi *one-to-many*. Pemerintah Daerah secara aktif terlibat dalam pemberian informasi satu arah seperti informasi acara, himbauan, pengetahuan umum, maupun pelaporan kinerja dan keuangan. Meskipun publik memberikan komentar atau tanggapan, tidak ada akun yang menunjukkan respons terhadap hal tersebut. Di sisi lain, meskipun beberapa akun membuka diskusi publik (mode *many-to-many*), topik yang diangkat masih terbatas pada diskusi informasi umum dan bukan yang berkaitan dengan kinerja atau tata kelola pemerintah itu sendiri. Dengan demikian, mekanisme transformasi informasi dari masyarakat sebagai masukan untuk pemerintah dalam menjalankan program dan kegiatannya belum dapat diidentifikasi. Pemerintah Daerah di Indonesia mengadopsi media sosial karena meniru (tekanan mimetik) pemerintah lain yang juga menggunakan media sosial sebagai media praktik akuntabilitas dan transparansi publik. Pemerintah daerah belum memanfaatkan media sosial untuk mengumpulkan umpan balik dan merespons masalah publik untuk membangun legitimasi (tekanan normatif).

Mergel (2017) menyoroti bahwa sangat sedikit organisasi pemerintah yang bersedia memberikan tanggapan langsung terhadap warganya. Pemerintah mempertimbangkan manfaat meluangkan waktu untuk satu warga negara atau meluangkan waktu untuk menyusun respons umum yang tersedia bagi semua warga negara. Salah satu alasannya yaitu, sering kali pengelolaan media sosial diserahkan kepada pihak ketiga yang tidak memiliki kapasitas dan wewenang untuk memberikan respons terhadap komentar maupun pertanyaan individu. Di sisi lain, diseminasi informasi oleh pemerintah daerah biasanya bersifat tradisional dan kaku. Hal ini menjadi kurang cocok untuk diterapkan di media sosial yang memiliki karakteristik sangat fleksibel. Ketika tidak ada respons dari pemerintah, publik akan merasa tidak terlibat dalam pemerintahan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa media sosial pemerintah daerah belum dimanfaatkan secara optimal. Keterlibatan masyarakat yang masih minim menunjukkan proses akuntabilitas horizontal belum berjalan sepenuhnya. Publik hanya menjadi penerima informasi akuntabilitas dari pemerintah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan oleh Abdelsalam et al. (2013), Kuzma (2010), dan Al-Aufi et al. (2017). Mansoor (2021) menyatakan bahwa di negara-negara berkembang, penggunaan media sosial di tingkat pemerintahan masih pada tahap karena mereka kebanyakan menggunakan platform media sosial untuk pembaruan berita atau pengumuman penting. Sebaliknya, di sisi lain, masyarakat lebih sering dan rutin menggunakan media sosial. Studi oleh Abdelsalam et al. (2013) menyimpulkan bahwa Facebook, Twitter, dan YouTube merupakan aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan oleh instansi pemerintah di Mesir dan sebagian besar digunakan hanya untuk menyebarkan informasi, bukan sebagai media interaksi antara pemerintah dan masyarakat.



Kuzma (2010) menginvestigasi tingkat partisipasi dari 50 pemerintahan di Asia di tiga situs media sosial. Hasil menunjukkan bahwa hanya 30 persen penggunaan media sosial ditujukan untuk berkomunikasi dengan warganya. Sebaliknya, media ini lebih banyak digunakan untuk menyebarkan informasi (komunikasi satu arah). Sebagian besar pemerintah menggunakan media sosial untuk diseminasi informasi, edukasi, dan pariwisata.

Temuan penelitian Al-Aufi et al. (2017) atas persepsi dan opini masyarakat Omani dalam penggunaan media sosial oleh pemerintah, mengindikasikan tingkat persetujuan netral yang berarti bahwa terdapat tingkat ambiguitas/ketidakpastian responden terhadap penggunaan media sosial secara partisipatif antara pemerintah dan warga negara. Dapat dikatakan bahwa meskipun penggunaan media sosial di kalangan masyarakat meningkat secara alami, pemerintah Arab gagal memanfaatkan sepenuhnya media sosial dan melibatkan masyarakat untuk merancang dan memberikan layanan yang lebih efisien dan kolaboratif.

Di sisi lain, akun media sosial pemerintah daerah tidak hanya terbatas pada akun milik Pemerintah Provinsi, Pemerintah Kota, atau Pemerintah Kabupaten saja. Masing-masing unit-unit kerja pemerintah, departemen dan lembaga-lembaga negara lainnya pada umumnya memiliki akun media sosial sendiri. Informasi yang diberikan juga berkaitan dengan lingkup kerja masing-masing instansi. Warga umumnya hanya mengikuti akun media sosial yang paling interaktif dan yang memberikan informasi yang bermanfaat dan berhubungan dengan mereka secara langsung.

Sebagai tambahan, media sosial seperti Instagram dan X/Twitter memiliki fitur *direct message* atau mengirim pesan secara pribadi, DM alias *Direct Message* adalah pesan langsung yang dikirimkan seseorang ke orang lain. DM tidak bisa dibaca orang lain selain orang yang dikirimkan pesannya. Dengan demikian, interaksi melalui fitur ini tidak dapat diidentifikasi oleh peneliti.

Selain itu, banyak di antara profil akun media sosial yang mengatasnamakan instansi pemerintah sebenarnya bukan akun resmi instansi yang bersangkutan, melainkan akun individu pegawai atau pihak yang berafiliasi dengan instansi tersebut. Apabila penggunaan media sosial yang mengatasnamakan instansi pemerintah tidak disertai aturan dan pengendalian yang tegas dan mengikat serta pengelolaan yang profesional, hal ini dapat menimbulkan pesan yang tidak jelas dan kebingungan masyarakat sehingga berdampak negatif bagi instansi yang bersangkutan, pada khususnya, dan pemerintah pada umumnya.

Media sosial diharapkan dapat mendorong partisipasi publik dalam kegiatan pemerintah. Idealnya, informasi publik baik berupa komentar atau tanggapan publik terhadap proses tata kelola pemerintahan akan ditarik dan diolah untuk memberikan perbaikan terhadap organisasi. Vigoda (2002) menyatakan bahwa tingkat respons yang lebih tinggi akan menghasilkan lebih banyak kolaborasi antara pemerintah dan warga negara.

Transformasi hubungan antara pemerintah dan masyarakat yang mana masyarakat tidak lagi menjadi konsumen layanan pemerintah namun menjadi penghasil bersama (*co-producer*) dan kolaborator dalam pembangunan berkelanjutan dan pengambilan keputusan (Al-Aufi et al., 2017). Unit-unit pemerintahan dapat menerima umpan balik penting dari masyarakat mengenai isu-isu publik, karena masyarakat memainkan peran penting dalam menentukan apa yang berhasil dan apa yang tidak.

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi model komunikasi pemerintah daerah di empat media sosial yang dapat dikategorikan menjadi tiga struktur yaitu *one-to-many*; *one-to-one*, dan *many-to-many*. Temuan menunjukkan bahwa struktur keterlibatan publik masih

dominan pada model komunikasi *one-to-many* dan media sosial pemerintah daerah belum dimanfaatkan sepenuhnya secara efektif. Hal ini juga menunjukkan bahwa akuntabilitas horizontal belum sepenuhnya berjalan.

### **Implikasi**

Temuan penelitian ini menyerukan pentingnya memaksimalkan potensi media sosial dengan penyusunan kerangka strategis penggunaan media sosial oleh pemerintah. Temuan ini memberikan wawasan bagi pemerintah yang perlu mengembangkan strategi media sosial untuk mendorong tata kelola yang lebih kolaboratif dan interaktif. Partisipasi dan interaksi media sosial dapat mendukung penyusunan kebijakan dan pengambilan keputusan yang baik. Hasil dari studi ini dapat memotivasi pengambil kebijakan untuk menerapkan panduan strategis untuk penggunaan media sosial yang efisien dan efektif.

### **Keterbatasan**

Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini masih terbatas pada media sosial Pemerintah Provinsi. Selain itu mode keterlibatan (*engagement*) masyarakat dalam media sosial pemerintah daerah yang diamati yaitu struktur media sosial berdasarkan mode komunikasi saja, sehingga analisis yang disusun belum mendalam untuk menunjukkan proses transisi akuntabilitas pemerintah daerah di era digital.

### **Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi peran media sosial pemerintah daerah dalam proses akuntabilitas publik dari sudut pandang internal atau pemerintah itu sendiri, juga dari perspektif pengguna yaitu publik atau masyarakat sebagai penerima layanan. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan yang lebih dalam seperti survei dan wawancara untuk memahami lebih dalam proses akuntabilitas publik di era digital. Selain itu, peneliti perlu menginvestigasi persepsi dan opini masyarakat terhadap penggunaan media sosial oleh pemerintah.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Mataram, atas pendanaan yang diberikan untuk melaksanakan kegiatan penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdelsalam, H. M., Reddick, C. G., Gamal, S., & Al-shaar, A. (2013). Social media in Egyptian government websites: Presence, usage, and effectiveness. *Government Information Quarterly*, 30(4), 406–416. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.020>
- Agostino, D., Saliterer, I., & Steccolini, I. (2022). Digitalization, accounting and accountability: A literature review and reflections on future research in public services. In *Financial Accountability and Management* (Vol. 38, Issue 2, pp. 152–176). John Wiley and Sons Inc. <https://doi.org/10.1111/faam.12301>
- Al-Aufi, A. S., Al-Harhi, I., AlHinai, Y., Al-Salti, Z., & Al-Badi, A. (2017). Citizens' perceptions of government's participatory use of social media. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 11(2), 174–194. <https://doi.org/10.1108/TG-09-2016-0056>
- Altayar, M. S. (2018). Motivations for open data adoption: An institutional theory perspective. *Government Information Quarterly*, 35(4), 633–643. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.09.006>

- Bonsón, E., Perea, D., & Bednárová, M. (2019). Twitter as a tool for citizen engagement: An empirical study of the Andalusian municipalities. *Government Information Quarterly*, 36(3), 480–489. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.03.001>
- Bonsón, E., Royo, S., & Ratkai, M. (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*, 32(1), 52–62. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2014.11.001>
- Bonsón, E., Royo, S., & Ratkai, M. (2017). Facebook Practices in Western European Municipalities: An Empirical Analysis of Activity and Citizens' Engagement. *Administration and Society*, 49(3), 320–347. <https://doi.org/10.1177/0095399714544945>
- 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), 123–132. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2011.10.001>
- Bovens, M., Schillemans, T., & Hart, P. T. (2008). Does public accountability work? An assessment tool. *Public Administration*, 86(1), 225–242. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2008.00716.x>
- Budi, N. F. A., Fitriani, W. R., Hidayanto, A. N., Kurnia, S., & Inan, D. I. (2020). A study of government 2.0 implementation in Indonesia. *Socio-Economic Planning Sciences*, 72. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100920>
- Criado, J. I., & Villodre, J. (2021). Delivering public services through social media in European local governments. An interpretative framework using semantic algorithms. *Local Government Studies*, 47(2), 253–275. <https://doi.org/10.1080/03003930.2020.1729750>
- Dimaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160.
- Duan, H. K., Vasarhelyi, M. A., Codesso, M., & Alzamil, Z. (2023). Enhancing the government accounting information systems using social media information: An application of text mining and machine learning. *International Journal of Accounting Information Systems*, 48. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2022.100600>
- 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>
- Houston, D. J., Aitalieva, N. R., Morelock, A. L., & Shults, C. A. (2016). Citizen Trust in Civil Servants: A Cross-National Examination. *International Journal of Public Administration*, 39(14), 1203–1214. <https://doi.org/10.1080/01900692.2016.1156696>
- Khan, S., Umer, R., Umer, S., & Naqvi, S. (2021). Antecedents of trust in using social media for E-government services: An empirical study in Pakistan. *Technology in Society*, 64. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101400>
- Kuzma, J. (2010). Asian Government Usage of Web 2.0 Social Media. *European Journal of EPractice*, 9, 1–13.
- Linders, D. (2012). From e-government to we-government: Defining a typology for citizen coproduction in the age of social media. *Government Information Quarterly*, 29(4), 446–454. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.06.003>
- Mansoor, M. (2021). Citizens' trust in government as a function of good governance and government agency's provision of quality information on social media during COVID-19. *Government Information Quarterly*, 38(4). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101597>
- Medaglia, R., & Zhu, D. (2017). Public deliberation on government-managed social media: A study on Weibo users in China. *Government Information Quarterly*, 34(3), 533–544. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2017.05.003>
- Mergel, I. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government Information Quarterly*, 30(4), 327–334. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.015>
- Mergel, I. (2017). Social Media Communication Modes in Government. In Y.-C. Chen & M. J. Ahn (Eds.), *Routledge Handbook on Information Technology in Government* (pp. 328–348). Routledge.
- Tang, Z., Miller, A. S., Zhou, Z., & Warkentin, M. (2021). Does government social media promote users' information security behavior towards COVID-19 scams? Cultivation effects and

- protective motivations. *Government Information Quarterly*, 38(2).  
<https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101572>
- Vanhommerig, I., & Karré, P. M. (2014). Public accountability in the internet age: Changing roles for governments and citizens. *International Review of Public Administration*, 19(2), 206–217.  
<https://doi.org/10.1080/12294659.2014.928477>
- Vigoda, E. (2002). From Responsiveness to Collaboration: Governance, Citizens, and the Next Generation of Public Administration. *Public Administration Review*, 62(5), 527–540.
- Wukich, C. (2022). Social media engagement forms in government: A structure-content framework. *Government Information Quarterly*, 39(2). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101684>
- Yuan, Y. P., Dwivedi, Y. K., Tan, G. W. H., Cham, T. H., Ooi, K. B., Aw, E. C. X., & Currie, W. (2023). Government Digital Transformation: Understanding the Role of Government Social Media. *Government Information Quarterly*, 40(1). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101775>