



Analisa Jenis Interaksi Masyarakat dengan Akuisisi Data Sosial Media Pemerintah KAB/Kota Provinsi Riau

Nina Fadilah Najwa¹, Yuliska² dan Khairul Umam Syaliman³

¹Politeknik Caltex Riau, Departemen Sistem Informasi, email: nina@pcr.ac.id

²Politeknik Caltex Riau, Departemen Teknik Informatika, email: yuliska@pcr.ac.id

³Politeknik Caltex Riau, Departemen Teknik Informatika, email: khairul@pcr.ac.id

[1] Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa jenis interaksi yang dilakukan dengan cara mengakuisisi Fanpage Facebook yang dimiliki oleh pemerintah Kab/Kota. Akuisisi Fanpage Facebook dilakukan dengan cara mengidentifikasi jumlah pengikut (followers), jumlah suka pada pages tersebut (like pages), jumlah postingan (post), jumlah komentar (comments), jumlah postingan yang disebar (shared), dan jumlah suka pada postingan (like post). Proses akuisisi data dilakukan selama 90 hari. Berdasarkan hasil akuisisi data yang dilakukan pada 13 Kab/Kota di provinsi Riau, menunjukkan bahwa 100% pemerintah Kab/Kota telah melakukan jenis interaksi One-Way Push (interaksi satu arah). Untuk kategori interaksi Two-Way Pool (interaksi dua arah) sebanyak 70%, sedangkan jenis interaksi network co-designer of service, yang paling aktif adalah Kabupaten Bengkalis. Berdasarkan hasil analisa jenis interaksi antara masyarakat dan Pemerintah Kab/Kota di wilayah provinsi Riau, sebagian besar halaman media sosial dari Kab/Kota di provinsi Riau masih tergolong pasif. Kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat berdasarkan keaktifan dalam membagikan postingan tergolong masih rendah. Penelitian selanjutnya dapat membahas strategi yang dibutuhkan oleh pemerintah untuk dapat memaksimalkan manfaat sosial media sebagai sarana interaksi dan komunikasi dengan masyarakat.

Kata kunci: Akuisisi Data, Facebook, Interaksi

[2] Abstract

This study aims to analyze the type of interaction which is done by acquiring City/District Government's Facebook Fan page. The acquisition of Facebook Fan page is performed by identifying the number of followers, the number of likes of the page, the number of postings, the number of comments, the number of shared postings and the number of likes of postings. We perform the acquisition in 90 days. Based on the result of data acquisition on 13 Cities/Districts in Riau Province, it indicates that 100% City/District Governments have performed One-Way Push Interaction and 70% of them classified as Two-Way Pool interaction. As for network co-designer of service Interaction, we found that Bengkalis District is the most active in implementing this type of interaction. Based on the results of analyzing the type of interaction between citizens and local governments in Riau Province, most of the Social media Fan Page of local governments are passive. The Collaboration of governments and citizens, which is based on the number of shared postings is classified as low. The next study may discuss the strategy that

can be implemented by the governments to maximize the use of social media as media to interact and communicate with the citizens.

Keywords: *Data Acquisition, Facebook, Interactions*

1. Pendahuluan

Teknologi Informasi (TI) menjadi aset yang kritis bagi organisasi dalam memenuhi perubahan dan perkembangan pasar untuk dapat bersaing. Perubahan peran TI bagi sebuah organisasi tentu membutuhkan berbagai macam pengelolaan mulai dari segi struktur maupun proses[1]. Sosial media merupakan salah satu bentuk dari kemajuan TI. Dengan adanya sosial media, dapat mempermudah komunikasi personal dan komunikasi secara kelompok. Penggunaan sosial media bukan juga bermanfaat untuk interaksi pemerintah dan masyarakat.

Sosial media yang digunakan oleh pemerintah bertujuan untuk berinteraksi dan menyampaikan informasi secara *online* kepada masyarakat. Semakin banyak institusi pemerintahan menggunakan sosial media, maka akan terbentuk pemerintah yang transparan, partisipasi dan kolaborasi. Sosial media juga berguna untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait aktivitas pemerintahan. Postingan-postingan yang ada pada sosial media pemerintahan dapat dikelola dengan baik, sehingga penyampaian pengetahuan akan sama-rata persebarannya dan mampu menciptakan komitmen yang kuat untuk sama-sama mencapai *outcome* dari implementasi sosial media tersebut [2].

Pemerintah daerah di Indonesia telah menggunakan dan memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan masyarakat secara virtual. Permasalahan yang menarik untuk diteliti yaitu penggunaan media sosial di Indonesia yang sangat banyak tetapi partisipasi masyarakat pada media sosial pemerintah masih rendah[3]. Dalam perkembangan penggunaan media sosial pada pemerintahan daerah perlu melihat aspek sudah terpenuhinya ekspektasi atau tujuan penggunaan media sosial[4]. Untuk mengukur popularitas dan respon masyarakat dapat dilakukan secara kuantitatif. Penelitian yang dilakukan oleh [5], yang mengukur secara kuantitatif postingan dan komentar *facebook* pariwisata pemerintahan Australia menggunakan analisis konten untuk menentukan tipe partisipasi *online*. Hasil penelitian ini menunjukkan *page facebook* sukses menyediakan sebuah *platform* untuk masyarakat yang ingin berbagi pengalaman di Australia. Dengan demikian, tujuan pemerintahan Australia menggunakan media sosial untuk menginformasikan, mengumumkan, dan melibatkan masyarakat telah tercapai.

Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat 548 pemerintahan daerah dan yang memiliki sosial media [6]. Dari data-data tersebut, penggunaan sosial media pada pemerintahan daerah di Indonesia telah hampir merata telah digunakan. Akan tetapi, pengukuran tentang partisipasi, kolaborasi dan transparansi dari sosial media tentunya perlu dilakukan khususnya pada pemerintahan Riau. Seperti hal yang telah dikemukakan sebelumnya, pengukuran dilakukan dengan membandingkan data dari misi pemerintahan dan strategi sosial media. Selanjutnya, dapat dilakukan perbandingan hasil pengukuran dari beberapa pemerintahan daerah yang tergolong aktif dan bagaimana dampaknya, serta pemerintahan daerah yang pasif dan penyebab pasifnya sosial media pemerintah tersebut.

2. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh [7] sebagai landasan untuk menganalisa jenis interaksi pemerintah dan masyarakat pada sosial media *fanpage facebook* pemerintahan. Latar belakang Mergel meneliti dampak sosial media terhadap sektor publik adalah kurangnya perhatian dari institusi untuk melakukan pengukuran interaksi antara stakeholder pada sosial media yang digunakan. Selain itu, sosial media bukan hanya menjadi salah satu keterbukaannya saluran ataupun media

dalam memberikan informasi secara luas kepada publik, akan tetapi perlu juga adanya reaksi atau interaksi kepada sentimen publik dan bagaimana *feedback* publik melalui sosial media tersebut akan memberikan reputasi pemerintahan yang ramah.

Penelitian selanjutnya melakukan kategorisasi jenis interaksi dan popularitas media sosial pemerintah di Indonesia [8]. Hasil penelitian tersebut adalah interaksi antara masyarakat dengan pemerintah perlu dilakukan kategorisasi jenis interaksi. Penggolongan jenis interaksi dibagi menjadi tiga tipe taktikal interaksi berdasarkan misi dan tujuan dari pembuatan media sosial bagi pemerintah, yaitu misi transparansi, misi partisipasi, dan misi kolaborasi. Berdasarkan misi dan tujuan dari pembuatan media sosial bagi pemerintah, saat ini pemerintah melakukan interaksi *one-way push*, *two-way pull* dan *network co-design of service*.

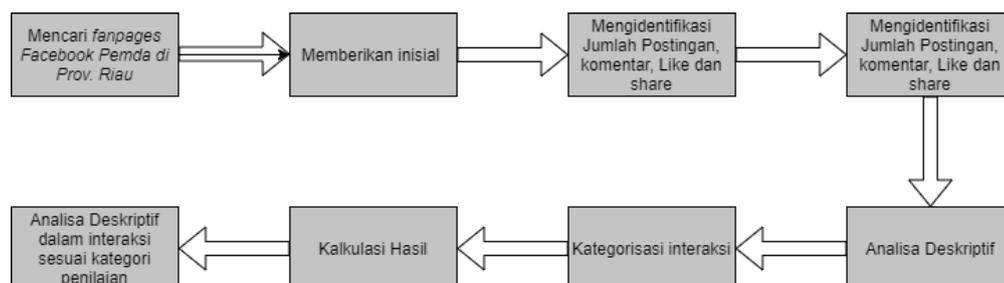
Penelitian yang dilakukan oleh [9], melakukan analisis sosial media pemerintah daerah berdasarkan respon warganet. Berdasarkan hasil penelitian ini adalah posting sosial media yang berupa video lebih banyak memperoleh respon positif daripada posting yang berupa gambar dan teks. Kemudian, hasil analisis sentimental yang dilakukan bahwa tingkat sentimen pada halaman Facebook pemerintah daerah di Indonesia masuk kategori positif.

Penelitian lainnya adalah melakukan akuisisi data untuk mengumpulkan informasi wisata kuliner [10]. Hal ini berguna untuk menangkap peluang bisnis wisata kuliner dengan cara pemetaan lokasi wisata kuliner strategis. Hasil akuisisi data yang diperoleh berupa nama restoran, alamat, nomor telepon, rating dan jumlah orang yang mengulas restoran tersebut. Dengan data dan informasi yang dikumpulkan tersebut, dapat menganalisa spasial persebaran objek wisata kuliner, rasio perkembangan jumlah wisata kuliner dan jumlah wisatawan, dapat merencanakan pengembangan wisata kuliner.

3. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada metode berdasarkan penelitian [8] untuk menganalisis dan mengkategorikan jenis interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Sosial media pemerintah tersebut akan diakuisisi datanya dengan mengidentifikasi jumlah pengikut (followers), suka pada pages tersebut (likepages), postingan (post), komentar (comments), postingan yang disebar (shared), dan suka pada postingan (likepost).

Akuisisi Data merupakan program yang digunakan oleh mesin pencari yang mengambil link halaman yang terdapat dalam web dari satu link ke link yang lain secara keseluruhan atau terfokus pada batasan tertentu [11]. Tujuan akuisisi data adalah untuk melihat interaksi antara pemerintah dan masyarakat melalui jumlah postingan, jumlah komentar, jumlah *like* dan berbagi postingan. Popularitas media sosial pemerintah dapat dilihat berdasarkan pengikut dan *likes fanpage facebook*. Proses akuisisi data dilakukan selama 90 hari. Secara umum, tahapan dalam melakukan penelitian digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Pada tahapan tersebut terdapat delapan tahapan. Secara detil tahapannya adalah sebagai berikut:

1. Mencari *fanpage facebook* PEMDA Kab/Kota di Provinsi Riau. Berikut ini adalah hasil pencarian *fanpage facebook* yang lengkap (Tabel 1).

Tabel 1. Hasil pencarian sosial media (07/10/2019)

No	Nama Kab/Kota	Facebook Id
1.	Provinsi Riau	Riauprov-848382195226487
2.	Kab. Kampar	Kehumasan-Setda-Kampar-716468025207761
3.	Kab. Indragiri Hulu	inhukab.fanpage
4.	Kab. Bengkalis	HumasBengkalis
5.	Kab. Indragiri Hilir	inhilkab
6.	Kab. Pelalawan	KabupatenPelalawanMewah
7.	Kab. Rokan Hulu	kab.rohul
8.	Kab. Rokan Hilir	KominfoRohil
9.	Kab. Siak	HUMAS.Kabupaten.Siak
10.	Kab. Kuantan Singingi	mudokay0
11.	Kab. Kepulauan Meranti	merantikab
12.	Kota Pekanbaru	Pemko-Pekanbaru-296556784390966
13.	Kota Dumai	kotadumai

2. Memberikan inisial pada masing-masing kota/kabupaten. Hal ini dilakukan untuk memudahkan menampilkan hasil akuisisi data.
3. Melakukan Akuisisi Data. Akuisisi data dilakukan dengan pemograman *Anaconda* dengan menggunakan id *fanpage facebook* yang telah diidentifikasi.
4. Mengidentifikasi jumlah postingan, komentar, like dan share pada *fanpages facebook*.
5. Analisa deskriptif dengan menentukan nilai rata-rata berdasarkan jumlah postingan, komentar, *like* dan *share*.
6. Mengkategorisasikan jenis interaksi. Jenis interaksi tersebut adalah *one-way push*, *two-way pull*, dan *networking co-design of service*, yang mana jenis interaksi ini memiliki masing-masing kategori penilaian di dalamnya [8]. Adapun indikatornya adalah (Tabel 2):

Tabel 2. Jenis interaksi parameter

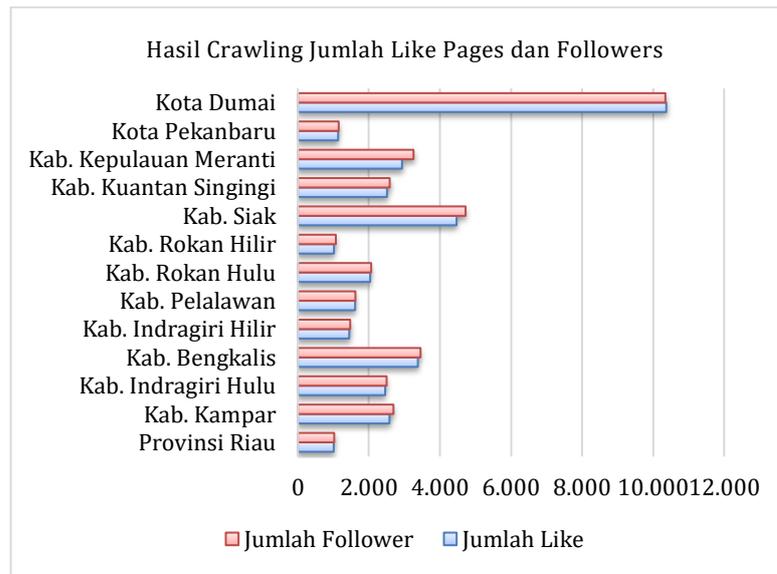
Jenis Interaksi	Kategori Penilaian
<i>one-way push</i>	Followers Like page
<i>two-way pull</i>	Jumlah postingan Reaksi postingan Komentar
<i>networking co-design of service</i>	Postingan perhari Analisis sentiment

7. Hasil akuisisi selama 90 hari (22 Juli 2019-22 Oktober 2019) pada masing-masing indikator akan dihitung rata-rata dari masing-masing kategori penilaian tersebut.
8. Analisa deskriptif dalam interaksi sesuai dengan kategori penilaian. Jika nilai kategori penilaian lebih besar dari rata-rata kategori penilaian, maka dinyatakan interaksi yang dilakukan intensif atau populer.

4. Hasil dan Pembahasan

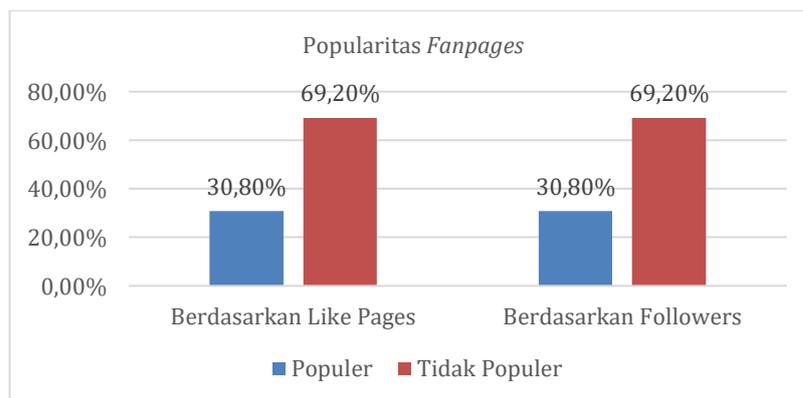
4.2. Popularitas Sosial Media

Popularitas sosial media pada penelitian ini dilihat pada Gambar 2, dari jumlah *likes* dan *followers* masing facebook fanpage kabupaten/kota di Riau. Jika jumlah *likes* dan *followers* lebih besar dari rata-rata *likes* dan *followers*, maka dinyatakan interaksi yang dilakukan intensif atau populer.



Gambar 2. Hasil Crawling Jumlah Like Pages dan Followers

Berdasarkan data yang diperoleh, popularitas sosial media pemerintah Kab/Kota di Provinsi Riau berdasarkan jumlah *likes* masih tergolong tidak populer yaitu 69,2%. Sedangkan, 30,8% tergolong dalam kategori populer (Gambar 3). Popularitas berdasarkan jumlah *followers* pada sosial media pemerintah Kab/Kota di Provinsi Riau dominan tidak populer yaitu sebanyak 69,2%. Sedangkan sisanya sebesar 30,8% tergolong populer (Gambar 3).



Gambar 3. Popularitas Berdasarkan Jumlah *Like Pages* dan *Followers*

Dari kedua kategori penilaian, dapat disimpulkan bahwa popularitas sosial media berdasarkan jumlah *followers* dan *like pages* masih tergolong ke dalam tidak populer. Hal ini dapat dilihat juga dari keaktifan sosial media dalam melakukan *update post* serta jenis interaksi yang terjadi antara pemerintah dan masyarakat.

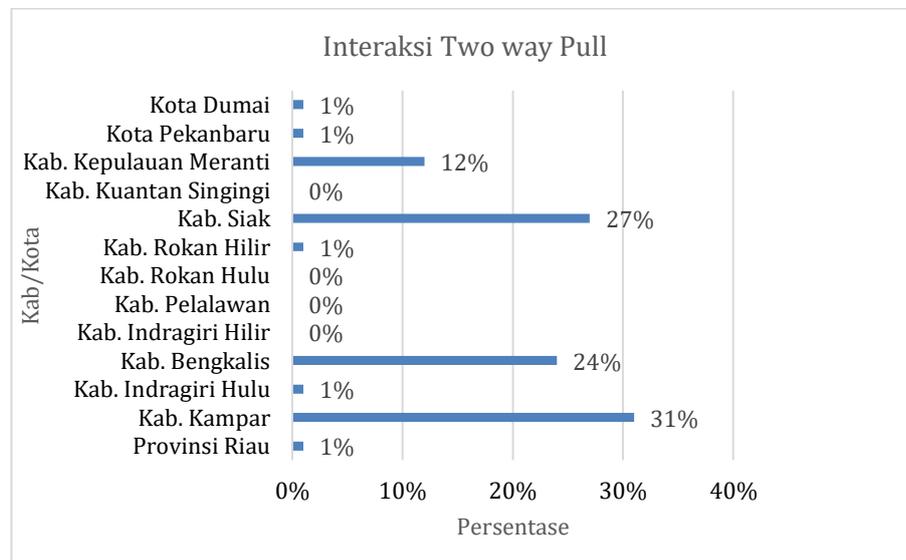
4.3. Kategorisasi Jenis Interaksi

4.3.1. Jenis Interaksi *One-way Push*

Interaksi *one way push* adalah interaksi yang dapat dilihat melalui jumlah pengikut (*follower*) dan *like page facebook* [8], [12]. Keseluruhan *fanpage* pemerintah Kab/Kota telah melakukan jenis interaksi ini, karena dapat di lihat pada masing-masing *fanpage* telah memiliki *follower* dan halamannya telah ada tanda disukai.

4.3.2. Jenis Interaksi *Two-way Pull*

Jenis interaksi yang termasuk dalam kategori *two-way pull* adalah berdasarkan jumlah postingan, *reaksi* postingan, dan komentar (Gambar 4). *Reaksi post* terbagi menjadi 6 *icon* yaitu *likes*, *ahah*, *love*, *wow*, *sigh*, dan *grr*. Berdasarkan hasil yang diperoleh, interaksi dua arah yang dilakukan antara pemerintah dan msayarakat dalam memanfaatkan *page facebook* dapat dinilai dengan indikator komentar, reaksi, dan jumlah postingan.



Gambar 4. Popularitas Berdasarkan Jumlah *Like Pages* dan *Followers*

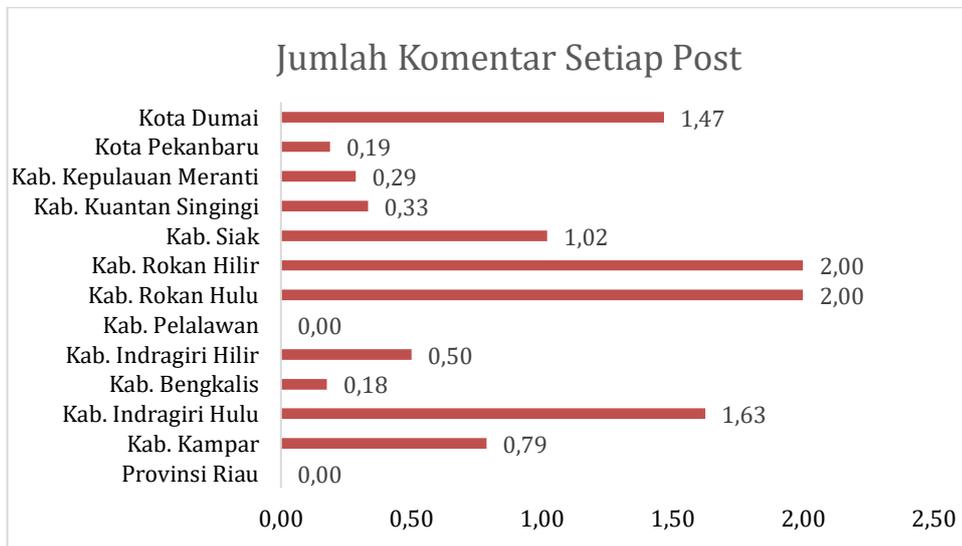
Posisi pertama yang jenis interaksi *two-way pull* paling intens adalah Kabupaten Kampar dengan total jumlah komentar, reaksi, dan jumlah post sebesar 14.941 (31%). Kemudian, posisi kedua adalah kabupaten Siak sebesar 13.280 (27%). Posisi ketiga adalah Kabupaten Bengkalis sebesar 11.826 (24%), Posisi keempat adalah Kabupaten Kepulauan Meranti sebesar 5.600 (12%) dan posisi selanjutnya adalah Kota Dumai (1%), Kota Pekanbaru (1%), Provinsi Riau (1%), Kabupaten Indragiri Hulu (1%), Kabupaten Rokan Hilir (1%), Kabupaten Rokan Hulu (0%), Kabupaten Kuantan Singingi (0%), Kabupaten Pelalawan (0%), dan Kabupaten Indragiri Hilir (0%).

Interaksi dua arah ditandai dengan keaktifan masyarakat dalam merespon setiap post yang dibagikan oleh pemerintah pada sosial medianya. Jika pemerintah aktif dalam membagikan postingan, maka akan semakin besar peluang interaksi yang ada diantara masyarakat dan pemerintah. Respon yang dimaksud adalah reaksi masyarakat yang berupa *like* post maupun reaksi lainnya (*ahah*, *wow*, *grr*, dan *sight*). Kabupaten yang paling aktif interaksi dua arahnya di Provinsi Riau adalah Kabupaten Kampar.

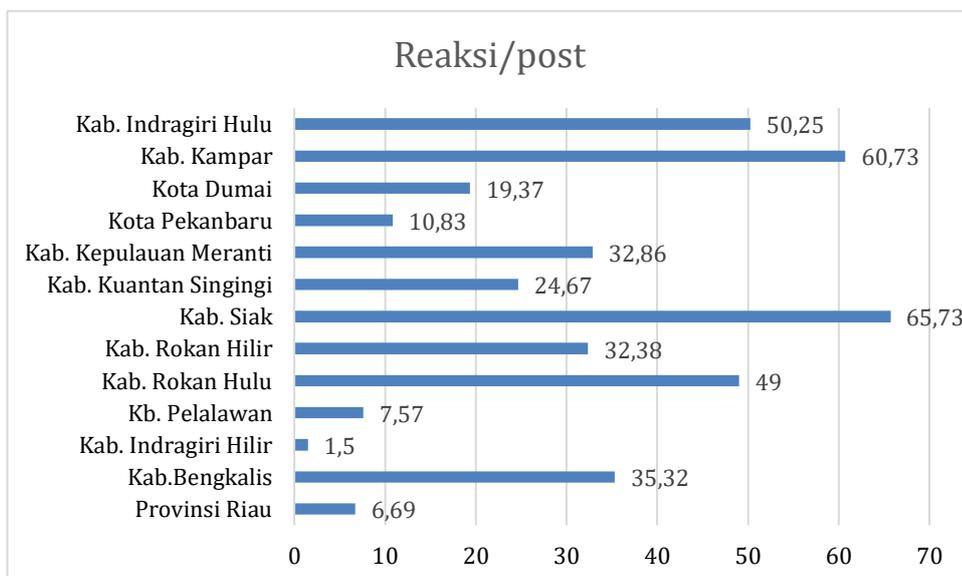
Komentar dalam setiap post sangat berpengaruh pada interaksi dua arah. Hal ini menandakan bahwa pesan yang ingin disampaikan oleh pemerintah Kab/Kota melalui *fanpage facebook* ini telah dibaca dan dipahami oleh masyarakat. Reaksi yang timbul juga demikian berpengaruh untuk

menandakan pola interaksi dua arah. Berdasarkan hasil yang diperoleh, jumlah komentar setiap post dapat dilihat pada Gambar 5.

Reaksi postingan dapat berupa *emoticon* yang melambangkan ekspresi atau reaksi suka (*like*), reaksi tertawa (*ahah*), reaksi cinta (*love*), reaksi kagum (*wow*), reaksi sedih atau terharu (*sight*), dan reaksi marah (*grr*). Dari 6 reaksi ini bisa dikategorikan menjadi dua reaksi yaitu reaksi positif dan reaksi negatif. Reaksi positif adalah reaksi masyarakat dalam menanggapi post pemerintah Kab/Kota berupa reaksi suka, reaksi tertawa dan reaksi cinta. Sedangkan, kategori reaksi negatif masyarakat dalam menanggapi post pemerintah Kab/Kota berupa reaksi sedih/terharu dan reaksi marah. Pada Gambar 6 menggambarkan jumlah reaksi per post halaman media sosial pemerintah Kab/Kota. Berdasarkan hasil yang didapatkan, jumlah reaksi setiap post paling banyak diperoleh oleh Kabupaten Siak. Jumlah reaksi setiap post yang paling sedikit diperoleh oleh Kabupaten Indragiri Hilir.



Gambar 5. Jumlah Komentar Setiap Post

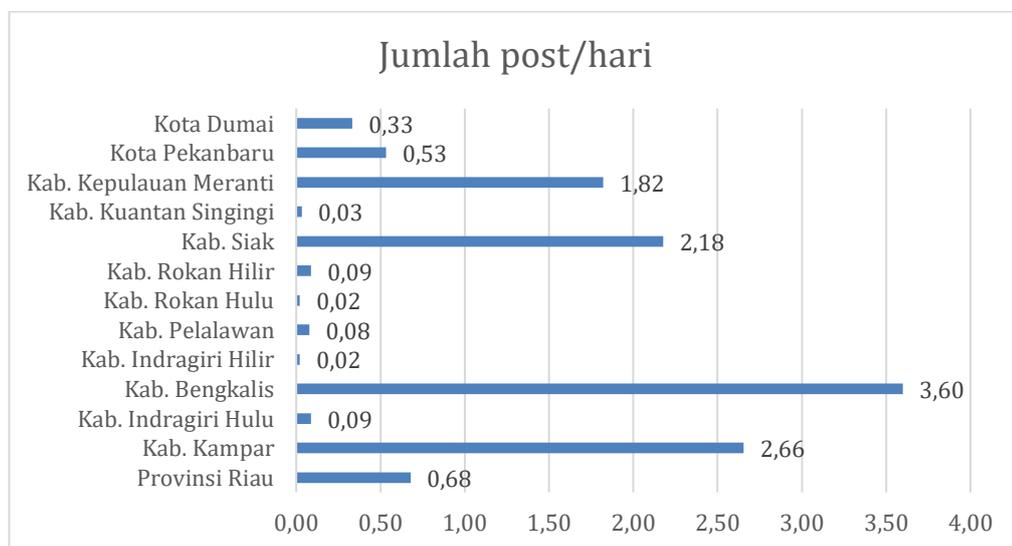


Gambar 6. Jumlah Reaksi Setiap Post

4.3.2. Networking Co-Design of Service

Berdasarkan hasil yang didapatkan, jenis interaksi *networking co-design of service* dapat dilihat pada Gambar 7. Pada Gambar tersebut dapat diketahui bahwa jenis interaksi *network co-designer of service* paling aktif adalah Kabupaten Bengkalis. Sedangkan peringkat terendah adalah kabupaten Indagiri Hilir dan kabupaten Rokan Hulu. Berdasarkan hasil tersebut, dominan dari halaman media sosial masih tergolong pasif. Kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat berdasarkan keaktifan dalam membagikan postingan masih rendah.

Kolaborasi penting dilakukan oleh pemerintah untuk memastikan sampainya pesan yang ditujukan kepada masyarakat. Keaktifan pemerintah Kab/Kota dalam membagikan postingan akan meningkatkan peluang interaksi yang lebih dekat dengan masyarakat. Dengan adanya kolaborasi akan menciptakan jaringan, komunitas, dan membuat ataupun memberikan isu-isu terkini yang sedang hangat di dalam masyarakat.



Gambar 7. Jumlah Post Setiap Hari

4.4. Pembahasan

Berdasarkan hasil akuisisi data yang didapatkan bahwa sebagian besar akun sosial media pemerintah Kab/Kota di Provinsi Riau masih tergolong ke dalam tidak populer. Berdasarkan jumlah follower dan like dari setiap akun sosial media, hanya 30.8% akun sosial media saja yang masuk dalam kategori poplar, diantaranya akun sosial media pemerintah Kab/Kota Dumai, Siak, Bengkalis dan Kepulauan Meranti.

Berdasarkan jenis interaksi *two-way pull*, maka akun sosial media paling populer adalah Kabupaten Kampar dengan jumlah total komentar, reaksi, dan jumlah post sebesar 14.941 (31%). Selanjutnya, posisi kedua adalah kabupaten Siak sebesar 13.280 (27%). Posisi ketiga adalah Kabupaten Bengkalis sebesar 11.826 (24%) dan posisi keempat adalah Kabupaten Kepulauan Meranti sebesar 5.600 (12%).

Intensitas pemerintah dalam membagikan postingan akan memperbesar peluang interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Kabupaten Kampar memiliki pola interaksi *two-way pull* paling banyak dibandingkan Kab/Kota lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kabupaten ini merupakan kabupaten yang paling aktif dalam berinteraksi dengan masyarakat melalui *fanpage facebook*.

Pada jenis interaksi *two-way pull* ini jumlah Komentar dan Reaksi yang timbul dalam setiap post sangat berpengaruh. Karena setiap komentar ataupun reaksi bisa diartikan bahwa pesan yang ingin disampaikan pemerintah telah dibaca dan dipahami oleh masyarakat. Komentar dan Reaksi ini bisa dikategorikan menjadi dua yaitu positif dan negatif. Jumlah reaksi setiap post paling banyak diperoleh oleh Kabupaten Siak.

Fanspage facebook Pemerintah Daerah Kab.Siak yang paling intens berkomunikasi kepada masyarakat. Hal ini terlihat dari jumlah komentar dan reaksi per post. *Fanspage facebook* Kab. Siak setidaknya mendapatkan sekitar satu komentar dan 66 reaksi dari masyarakat untuk setiap post yang dibagikan. Sementara itu, *fanspage facebook* Kab. Kampar yang merupakan *fanspage* pemerintah Kab/Kota yang paling populer di Provinsi Riau, hanya mampu mendapatkan sekitar satu komentar dan 61 reaksi dari setiap postingan yang dibagikan. Untuk *fanpage* facebook Kab. Bengkalis hanya menghasilkan sekitar 35 reaksi pada setiap post yang dibagikan, terakhir *fanspage facebook* Kab. Kepulauan Meranti hanya mampu menghasilkan sekitar 33 reaksi per post yang dibagikan. Sedangkan untuk jenis interaksi *network co-designer of service* paling aktif adalah Kabupaten Bengkalis.

5. Kesimpulan

Analisa jenis interaksi dilakukan dengan cara mengakuisisi *Fanpage Facebook* yang dimiliki oleh 13 pemerintah Kab/Kota di Provinsi Riau. Akuisisi *Fanpage Facebook* dilakukan dengan cara mengidentifikasi jumlah pengikut (*followers*), jumlah suka pada *pages* tersebut (*like pages*), jumlah postingan (*post*), jumlah komentar (*comments*), jumlah postingan yang disebar (*shared*), dan jumlah suka pada postingan (*like post*). Proses akuisisi data dilakukan selama 90 hari. Hasil akuisisi data menunjukkan bahwa 100% pemerintah Kab/Kota telah melakukan jenis interaksi *One-Way Push* (interaksi satu arah), dan 70 % untuk kategori interaksi *Two-Way Pool* (interaksi dua arah). Tiga besar Kabupaten yaitu Kampar, Siak dan Bengkalis merupakan Kab/Kota yang aktif melakukan interaksi *Two-Way pool*. Sedangkan, Pemerintah Kab/Kota Rokan Hulu, Kuantan Singingi, Pelalawan, dan Indragiri Hilir sama sekali belum melakukan interaksi *Two-Way pool*. Sementara itu, untuk jenis interaksi *network co-designer of service*, yang paling aktif adalah Kabupaten Bengkalis. Sedangkan peringkat terendah adalah kabupaten Indragiri Hilir dan kabupaten Rokan Hulu.

Berdasarkan hasil analisa jenis interaksi antara masyarakat dan Pemerintah Kab/Kota di wilayah provinsi Riau, sebagian besar halaman media sosial dari Kab/Kota di provinsi Riau masih tergolong pasif. Kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat berdasarkan keaktifan dalam membagikan postingan tergolong masih rendah. Penelitian selanjutnya dapat membahas strategi yang dibutuhkan oleh pemerintah untuk dapat memaksimalkan manfaat sosial media sebagai sarana interaksi dan komunikasi dengan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. F. Najwa and T. D. Susanto, "Kajian dan Peluang Penelitian Tata Kelola Teknologi Informasi: Ulasan Literatur," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 5, no. 5, p. 517, 2018.
- [2] N. F. Najwa and A. N. Izzati, "Literatur Review Hubungan Budaya Organisasi dan Berbagi Pengetahuan dalam Kesuksesan Implementasi Sistem Informasi," *J. Nas. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 4, no. 1, pp. 1–8, 2018.
- [3] B. Suryadharma and T. D. Susanto, "Faktor Penerimaan Media Sosial Instansi Pemerintah di Indonesia," *Inf. Technol.*, vol. 2, pp. 1–10, 2017.
- [4] A. N. Abadi and N. A. Rakhmawati, "Rancang Bangun Perangkat Lunak Benchmarking Sosial Media Pemerintah Daerah Indonesia," *J. Tek. ITS*, vol. 6, no. 2, pp. 321–326, 2017.
- [5] S. L. Alam and A. Diamah, "Understanding user participation in Australian Government Tourism Facebook Page," *ACIS 2012 Proc. 23rd Australas. Conf. Inf. Syst.*, no. 1997, pp. 1–11, 2012.
- [6] Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, "EGOV Bench (ADDI IS)." [Online]. Available: <http://egovbench.addi.is.its.ac.id/>.
- [7] I. Mergel, "A framework for interpreting social media interactions in the public sector," *Gov. Inf. Q.*, vol. 30, no. 4, pp. 327–334, 2013.
- [8] A. N. Izzati, A. Pratama, I. G. A. A. M. Aristamy, N. F. Najwa, and N. A. Rakhmawati, "Kategorisasi Jenis Interaksi Pemerintah dan Masyarakat serta Popularitas Media Sosial Pemerintah Daerah," *J. Sist. Inf.*, vol. 14, no. 1, pp. 1–8, 2018.
- [9] M. A. Furqon, D. Hermansyah, S. Sari, A. Sukma, Y. Akbar, and N. A. Rakhmawati, "Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet," *J. Sositologi*, vol. 17, no. 2, pp. 2–4, 2018.
- [10] R. Hanifah and I. S. Nurhasanah, "Implementasi Web Crawling Untuk Mengumpulkan Web Crawling Implementation for Collecting," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 5, no. 5, pp. 531–536, 2018.
- [11] B. J. Wijaya, H. A. Santoso, T. Informatika, F. I. Komputer, and U. D. Nuswantoro, "Crawling Website E-Government Pemerintah Daerah," pp. 1–8.
- [12] I. Mergel, "A framework for interpreting social media interactions in the public sector ☆," *Gov. Inf. Q.*, vol. 30, no. 4, pp. 327–334, 2013.