

Determinisme logika media sosial dalam mediatisasi sektor publik melalui media sosial: Kasus implementasi digital government oleh humas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan = Determinism social media logic in public sector mediatization through social media: The case of implementation of digital government by public relations of The Ministry of Education and Culture

Sri Haryanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475769&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Dengan dilatarbelakangi oleh massifnya penggunaan media sosial sebagai media komunikasi eksternal Humas sektor publik di era digital government. Penelitian ini berupaya mengkaji unsur-unsur yang menjadi daya tarik media sosial dan mengikat sektor publik untuk terus menggunakannya sebagai salah satu media komunikasi resmi, bahkan ketika diakui bahwa adopsi media sosial memiliki risiko tersendiri. Oleh karena itu, penelitian ini mengacu pada teori yang berfokus pada aspek-aspek penarik yang dimiliki oleh media sosial, salah satunya adalah teori logika media sosial Van Dijck dan Thomas Poell. Permasalahan penelitian yang diajukan adalah bagaimana determinisme elemen logika media sosial, yaitu abilitas program, popularitas, konektivitas, dan datafikasi melekat pada mediatisasi sektor publik melalui media sosial oleh Humas Kementerian Pendidikan dan kebudayaan. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi terhadap aktivitas komunikasi dan interaksi dalam akun media sosial, serta wawancara mendalam terhadap para admin pengelola akun tersebut, ditemukan bahwa elemen logika media sosial Van Dijck dan Thomas Poell telah menjadi elemen online sebagai unsur penarik dalam adopsi media sosial sektor publik. Temuan menunjukkan bahwa elemen abilitas program dan konektivitas merupakan dua elemen yang paling penting dan paling banyak terlibat dalam komunikasi publik di era digital government. Peneliti mengajukan tiga argumen terkait dengan adanya elemen offline yang ditemukan dari penelitian ini. Pertama, pengguna media sosial sektor publik terperangkap dalam trend masyarakat akan platform dan kecenderungan selera massa terhadap konten, atau dengan kata lain sektor publik menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat. Kedua, kecenderungan pola komunikasi dan interaksi dalam media sosial secara langsung didorong oleh trend masyarakat dan secara tidak langsung didorong oleh popularitas platform. Argumen yang ketiga terkait dengan elemen popularitas, elemen yang paling penting dalam popularitas bagi pemilik platform sebenarnya adalah popularitas platform itu sendiri.

ABSTRACT

With the background of its massive use of social media as a public sector public relations external communication medium in the era of digital government. This research seeks to examine the elements of the allure of social media and bind the public sector to continue using it as one of the official communication media, even when it is recognized that the adoption of social media has its own risks. Therefore, this study refers to a theory that focuses on aspects of attraction possessed by social media, one of which is the theory of social media logic of Van Dijck and Thomas Poell. The research question posed is how determinism of social media logic element, ie program abilities, popularity, connectivity, and datafication are attached to

public sector mediatization through social media by Public Relations of Ministry of Education and culture. Using a qualitative descriptive approach through observation of communication activities and interactions in social media accounts, and also conduct in-depth interviews with these account administrators, it was found that the elements of social media logic Van Dijck and Thomas Poell have become an online element as a puller element in the social media adoption as the public-sector official communication medium. The findings show that the elements of program abilities and connectivity are the two most important and most involved elements of public communication in the digital government era. The researcher proposed three arguments related to the offline element found in this study. First, public-sector social media users are caught in the community's trend of platforms and the trend of mass taste toward content, in the other word the public sector adjusts to the development of society. Second, the tendency of communication patterns and interactions in social media is directly driven by community trends and indirectly driven by the popularity of the platform. The third argument is concerning with the popularity element, the most important element in popularity for the owner of the platform is actually the popularity of the platform itself.