PENILAIAN KETERLIBATAN MASYARAKAT TERHADAP MEDIA SOSIAL *TIKTOK* MILIK PEMERINTAH DENGAN MENGGUNAKAN FAKTOR PANJANG VIDEO, PANJANG JUDUL, *DIALOGIC LOOP*, TIPE KONTEN DAN VALENSI EMOSIONAL

(STUDI KASUS : TikTok Distrik Navigasi Palembang

@disnav_palembang)

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi

di Program Studi Sistem Informasi

Oleh

Muhamad Aziz Antabari Acta (09031181924012)

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2023

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENILAIAN KETERLIBATAN MASYARAKAT TERHADAP MEDIA SOSIAL TIKTOK MILIK PEMERINTAH DENGAN MENGGUNAKAN FAKTOR PANJANG VIDEO, PANJANG JUDUL, DIALOGIC LOOP, TIPE KONTEN DAN VALENSI EMOSIONAL

(STUDI KASUS : TikTok Distrik Navigasi Palembang @disnav_palembang)

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi di Program Studi Sistem Informasi S1

Oleh:

Muhamad Aziz Antabari Acta **09031181924012**

Disahkan,

Palembang, 26 Mei 2023

Mengetahui,	
Ketua Jurusan Sistem Informasi,	**Pembimbing,**
Endang Lestari Ruskan, S.kom, M.T.	**Ari Wedhasmara, M.TI.**
NIP.197811172006042001	**NIP. 197812112010121002**

i

Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Aziz Antabari Acta

NIM : 09031181924012

Program Studi : Sistem Informasi

Judul Skripsi : Penilaian Keterlibatan Masyarakat Terhadap Media Sosial Tiktok Milik Pemerintah Dengan Menggunakan Faktor Panjang Video, Panjang Judul, Dialogic Loop, Tipe Konten Dan Valensi Emosional (Studi Kasus : Tiktok Distrik Navigasi Palembang @Disnav_Palembang)

Hasil Pengecekan *Software iThenticate/Turnitin* : 9%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya dengan ketentuan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.

Indralaya, 26 Mei 2023

Muhamad Aziz Antabari Acta

NIM 09031181924012

Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada:

Hari : **Kamis**
Tanggal : **25 Mei 2023**

Nama : **Muhamad Aziz Antabari Acta**
NIM : **09031181920412**
Judul : **Penilaian Keterlibatan Masyarakat Terhadap Media Sosial Tiktok Milik Pemerintah Dengan Menggunakan Faktor Panjang Video, Panjang Judul, Dialogic Loop, Tipe Konten Dan Valensi Emosional (Studi Kasus : Tiktok Distrik Navigasi Palembang @Disnav_Palembang)**

Tim Peguji:

1. **Ketua** : **Apriansyah Putra, M.Kom.** :
2. **Pembimbing** : **Ari Wedhasmara, M.TI.** :
3. **Anggota 1** : **Ken Ditha Tania, M.Kom.** :
4. **Anggota 2** : **Putri Eka Sevtiyuni, M.T.** :

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi

Endang Lestari Ruskan, M.T.
NIP. 197811172006042001

iii

Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PERSEMBAHAN

MOTTO

حسبن الله ونعم الوكيل نعم المولى ونعم النصير

"Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik pelindung"

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

- **Diriku sendiri**
- **Kedua Orang Tua dan Keluarga**
- **Teman-teman seperjuangan**
- **Dosen-dosen Jurusan Sistem Informasi**
- **Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya**

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan ridho-Nya lah penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **"PENILAIAN KETERLIBATAN MASYARAKAT TERHADAP MEDIA SOSIAL TIKTOK MILIK PEMERINTAH DENGAN MENGGUNAKAN FAKTOR PANJANG VIDEO, PANJANG JUDUL, DIALOGIC LOOP, TIPE KONTEN DAN VALENSI EMOSIONAL (STUDI KASUS : TikTok Distrik Navigasi Palembang @disnav_palembang)"** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

Selama penyelesaian Tugas Akhir ini, tentunya tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan berkat rahmat, karunia, ilmu, kesehatan sehingga Penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada Penulis agar dapat melakukan hal yang terbaik.
3. Bapak Jaidan Jauhari, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Endang Lestari Ruskan S.Kom., M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi.
5. Bapak Ari Wedhasmara, M.TI. selaku Pembimbing Tugas Akhir yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

6. Bapak Apriansyah Putra, M.Kom. selaku Ketua Penguji, Ibu Ken Ditha Tania, M.Kom. dan Ibu Putri Eka Sevtiyuni, M.T. selaku Dosen Penguji .
7. Bapak Ari Wedhasmara, M.TI. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Seluruh dosen dan karyawan jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
9. Teman-teman SIREG C 2019 yang telah berjuang bersama dari awal semester.
10. Teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk kedepan yang lebih baik lagi. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan kebermanfaatan bagi kita semua dan bagi penulis khususnya.

Palembang, 26 Mei 2023

Penulis,

Muhamad Aziz Antabari Acta
NIM 09031181924012

PENILAIAN KETERLIBATAN MASYARAKAT TERHADAP MEDIA SOSIAL *TIKTOK* MILIK PEMERINTAH DENGAN MENGGUNAKAN FAKTOR PANJANG VIDEO, PANJANG JUDUL, *DIALOGIC LOOP*, TIPE KONTEN DAN VALENSI EMOSIONAL

(STUDI KASUS : TikTok Distrik Navigasi Palembang @disnav_palembang)

Oleh

Muhamad Aziz Antabari Acta

09031181924012

ABSTRAK

Dalam era digital yang semakin maju, keterlibatan masyarakat dalam media sosial pemerintah menjadi semakin penting. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah memengaruhi partisipasi masyarakat, di mana rendahnya kepercayaan dapat menyebabkan penurunan partisipasi dan keengganan untuk menerima informasi dari pemerintah. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan masyarakat pada platform media sosial TikTok Disnav Palembang, termasuk durasi video, judul, interaksi dua arah, jenis konten, dan ekspresi emosional. Dengan mengambil 95 video dari akun TikTok @disnav_palembang, analisis regresi binomial negatif menunjukkan bahwa durasi video, judul video, dan jenis konten berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan masyarakat. Loop dialogic tidak signifikan, sementara valensi emosional memoderasi pengaruh faktor-faktor tersebut. Durasi video dan judul video berpengaruh positif pada jumlah like dan share, sementara jenis konten pendidikan dan dokumentasi berpengaruh negatif pada jumlah like. Kesimpulannya, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti durasi video, judul video, interaksi dua arah, jenis konten, dan ekspresi emosional memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat partisipasi masyarakat pada video TikTok.

Kata Kunci: Masyarakat, Keterlibatan, Pemerintahan, TikTok, Sosial Media

ASSESSMENT OF COMMUNITY ENGAGEMENT WITH THE GOVERNMENT-OWNED TIKTOK SOCIAL MEDIA USING VIDEO LENGTH, TITLE LENGTH, DIALOGIC LOOP, CONTENT TYPE, AND EMOTIONAL VALENCE

(CASE STUDY: TikTok Navigation District Palembang @disnav_palembang)

By

Muhamad Aziz Antabari Acta

09031181924012

ABSTRACT

In the increasingly advanced digital era, citizen engagement in government social media is becoming more important. The level of public trust in the government affects citizen participation, where low trust can lead to reduced participation and reluctance to receive information from the government. This study was conducted to evaluate the factors that influence citizen engagement on the TikTok Disnav Palembang social media platform, including video duration, title, dialogic loop, content type, and emotional expression. By taking 95 videos from the @disnav_palembang TikTok account, negative binomial regression analysis showed that video duration, title, and content type significantly influenced citizen engagement. Dialogic loop was not significant, while emotional valence moderated the influence of these factors. Video duration and title had a positive effect on the number of likes and shares, while educational and documentary content types had a negative effect on the number of likes. In conclusion, this study showed that factors such as video duration, title, two-way interaction, content type, and emotional expression have a significant impact on citizen participation levels in TikTok videos.

Keywords: *Citizen, Engagement, Government, TikTok, Sosial Media*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

HALAMAN PERNYATAAN ii

HALAMAN PERSETUJUAN iii

HALAMAN PERSEMBAHAN iv

KATA PENGANTAR v

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 5

1.3 Tujuan Penelitian 5

1.4 Manfaat Penelitian 5

1.5 Batasan Masalah 6

TINJAUAN PUSTAKA 7

2.1 Profil Instansi 7

2.2 Media Sosial 10

2.3 *TikTok* Disnav Palembang 11

2.4 *Engagement* pada media sosial 14

2.5 *Web Crawler* 15

2.6 Penelitian Terdahulu 15

METODOLOGI PENELITIAN 25

3.1 *Flowchart* Penelitian 25

3.2 Jenis Penelitian 26

3.3 Objek Penelitian 26

3.4 Operasional Variabel 26

3.5 Model Konseptual dan Hipotesis Penelitian 30

3.6 Metode Pengumpulan Data 35

3.7 Formula Haro-de-Rosario, Sáez-Martín, & delCarmen Caba-Pérez (2018) 38

3.8 Analisis Data 38

HASIL DAN PEMBAHASAN 40

4.1 Hasil *Crawling Data* 40

4.2 *Intercoder Reliability* 41

4.3 Tingkat Engagement Masyarakat dengan Formula Haro-de-Rosario, Sáez-Martín, & delCarmen Caba-Pérez (2018) 42

4.4 Analisis Deskriptif 44

4.5 Pengujian Hipotesis 45

KESIMPULAN DAN SARAN 50

5.1 Kesimpulan 50

5.2 Saran 51

DAFTAR PUSTAKA 52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Disnav Palembang 10

Gambar 2.2 TikTok @Disnav_palembang..... 13

Gambar 3.1 Flowchart Langkah-Langkah Penelitian..... 25

Gambar 3.2 Contoh keterangan durasi video 27

Gambar 3.3 Contoh judul video 27

Gambar 3.4 Contoh loop dialogis..... 28

Gambar 3.5 Contoh video tipe konten edukasi 28

Gambar 3.6 Contoh video tipe konten dokumentasi kegiatan..... 29

Gambar 3.7 Contoh video tipe konten informasi event..... 29

Gambar 3.8 Contoh video tipe konten peringatan hari besar 30

Gambar 3.9 Model Konseptual Penelitian..... 31

Gambar 4.1 Diagram rata-rata Engagement Masyarakat 45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 15

TAbel 3.1 Formula..... 38

Table 4.1 Hasil *Crawling Data* 40

Table 4.2 Hasil Intercoder Reliability 42

Table 4.3 Variabel Dependen..... 42

Table 4.4 Hasil Regresi Binomial Negatif 47

Table 4.5 Hasil Uji Regresi Binomial Negatif dengan efek moderasi 49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Crawling data dari Tiktok @disnav_palembang A-1

Lampiran 2 – Intercoder Zaki Nugraha Muhamad B-1

Lampiran 3 – Intercoder Reliability Muhammad Rafie Chautie C-1

Lampiran 4 -Form Perbaikan Ujian Komprehensif D-1

Lampiran 5 – Berita Acara Ujian Koomprehensif E-1

Lampiran 6 – Daftar Hadir Ujian Komprehensif F-1

Lampiran 7 – Lembar Rekomendai Ujian Komprehensif.....G-1

Lampiran 8 – Surat Keterangan Pengecekan Similarity H-1

Lampiran 9 – Kartu Konsultasi I-1

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia telah berkembang dengan cepat, terutama dalam hal perkembangan internet. Menurut Suryadharma & Susanto (2017), banyaknya penyediaan infrastruktur jaringan internet di Indonesia telah mendukung perkembangan dan kemunculan internet. Internet memiliki peran penting dalam memberikan akses yang mudah untuk berinteraksi dan berkomunikasi secara aktif selama terhubung, dikarenakan semakin banyak pengguna internet yang memanfaatkan manfaat dari media internet untuk mencari informasi yang bermanfaat bagi masing-masing pihak. (Desrianti et al., 2015).

Menurut Kaplan & Haenlein (2010), Media sosial merujuk pada sekelompok aplikasi internet yang dibangun dengan basis ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi konten yang dihasilkan oleh pengguna atau disebut *UGC (user-generated content).* Di era modern, informasi yang diperoleh dari media sosial telah menjadi konsumsi sehari-hari bagi masyarakat. Kecepatan dalam memperbarui informasi adalah salah satu kelebihan utama dari media massa online, sehingga menjadi lebih unggul dibandingkan media massa tradisional. Selain itu, media sosial juga unggul dalam hal jangkauan yang lebih luas, biaya yang lebih murah, dan kemampuan untuk disampaikan oleh siapa saja kepada siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. (Herlina, 2017).

Menurut wearesocial (2022) menunjukkan bahwa dari total penduduk Indonesia sebesar 277,7 juta jiwa, sekitar 204 juta orang telah menggunakan internet dan 191 juta orang telah menggunakan media sosial. Fakta bahwa lebih dari separuh populasi Indonesia telah menggunakan media sosial menunjukkan pentingnya peran media sosial sebagai kebutuhan dasar bagi warga Indonesia.

Publik telah banyak menggunakan media sosial, dan bahkan dalam beberapa kasus media sosial telah menggantikan peran jurnalis sebagai penyedia informasi. Dengan media sosial, setiap orang dapat memperoleh dan memposting informasi di akun mereka. Hal ini telah dimanfaatkan oleh berbagai instansi pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat mereka dan memahami kekhawatiran yang sedang dirasakan oleh rakyat. Perkembangan media sosial yang telah mengubah cara berkomunikasi masyarakat saat ini juga telah mempengaruhi lembaga pemerintah dalam melaksanakan tugasnya. (Achmed et al., 2019)

Beberapa peneliti telah melakukan studi mengenai keterkaitan antara penggunaan media sosial pemerintah dengan tingkat partisipasi masyarakat. Meskipun demikian, penelitian mereka lebih difokuskan pada media sosial yang hanya didominasi oleh teks, seperti Twitter dan Facebook. Berdasarkan *Open Knowledge Maps* (2023), hingga saat ini, penelitian mengenai media sosial yang sedang berkembang seperti TikTok masih tergolong minim. Terdapat hanya sepuluh dokumen yang terkait dengan TikTok dan empat jurnal yang mencakup topik tentang pemerintahan dan TikTok. (Baviera et al., 2022; Chen et al., 2021; Editya, 2022; Salikin et al., 2021). Meskipun begitu, belakangan ini TikTok semakin populer dan digunakan secara luas oleh masyarakat Indonesia. Bahkan, TikTok telah menduduki peringkat keempat sebagai media sosial

yang paling sering digunakan di Indonesia, setelah WhatsApp, Instagram, dan Facebook.(wearesocial, 2022).

TikTok adalah sebuah platform media sosial berbasis video sharing yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2016. TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat, mengunggah, dan berinteraksi dengan video pendek yang dapat berdurasi dari beberapa detik hingga beberapa menit, serta memberikan opsi untuk melakukan *repost* dan memberikan komentar pada video tersebut. Menurut wearesocial (2022), TikTok Saat ini memiliki 1,46 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia dan sebanyak 99,1 juta dari pengguna tersebut berasal dari Indonesia. TikTok menyajikan banyak informasi melalui video, bukan hanya teks, sehingga menarik minat banyak orang untuk mencari informasi. TikTok juga memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi dari pengguna lain, seperti mengikuti akun yang menyediakan informasi tentang suatu kota.

Instansi Distrik Navigasi Palembang memanfaatkan media sosial TikTok sebagai alat untuk mempublikasikan informasi mereka. Menurut Dephub (2022), Distrik Navigasi Palembang adalah sebuah unit pelaksana teknis di bidang navigasi yang berada di bawah naungan Direktorat Jenderal Perhubungan Laut Kementerian Perhubungan dan bertanggung jawab kepada direktorat jenderal perhubungan laut Palembang. Akun TikTok @disnav_palembang adalah milik distrik navigasi Palembang yang berisi berbagai video tentang informasi navigasi di kota tersebut. Melalui akun TikTok ini, pengguna dapat memperoleh berbagai informasi seputar navigasi Palembang yang disediakan oleh instansi tersebut.

Akun TikTok @disnav_palembang dibuat pada tahun 2021 dan memiliki sekitar 750 pengikut. Selain membagikan informasi tentang navigasi di kota Palembang, akun TikTok ini juga berisi berbagai informasi lainnya, termasuk kegiatan dari instansi tersebut, informasi seputar COVID-19, serta kunjungan dari instansi tersebut.

Menurut Paige (1971) partisipasi politik masyarakat dapat melibatkan kepercayaan dan kesadaran mereka. Tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pemerintah cenderung meningkatkan partisipasi masyarakat. Namun, jika kepercayaan tersebut rendah, partisipasi masyarakat cenderung menurun dan menjadi pasif, tertekan, atau bahkan apatis (Gatara, 2008; Surbakti, 1992). Ketika kepercayaan publik terhadap pemerintah menurun, masyarakat cenderung enggan menerima informasi yang diberikan oleh pemerintah mengenai keberhasilan atau kegagalan kebijakan pemerintah. (Dwiyanto, 2017). Untuk mengurangi kesenjangan tersebut, perlu dilakukan pengeksplorasian faktor-faktor yang dapat mendorong masyarakat untuk berpartisipasi aktif di media sosial pemerintah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis berencana untuk mengajukan masalah tersebut dalam sebuah penelitian tugas akhir yang berjudul "**PENILAIAN KETERLIBATAN MASYARAKAT TERHADAP MEDIA SOSIAL *TIKTOK* MILIK PEMERINTAH DENGAN MENGGUNAKAN FAKTOR PANJANG VIDEO, PANJANG JUDUL, *DIALOGIC LOOP*, TIPE KONTEN DAN VALENSI EMOSIONAL*"***

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada permasalahan yang telah dijabarkan pada latar belakang, identifikasi masalah dari penelitian ini adalah "Bagaimana penilaian keterlibatan masyarakat terhadap media sosial TikTok Disnav Palembang dengan menggunakan faktor-faktor seperti durasi video, judul video, dialogik loop, jenis konten, dan valensi emosional?"

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan merujuk pada permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai keterlibatan masyarakat terhadap media sosial *TikTok* Disnav Palembang dengan menggunakan faktor panjang video, panjang judul, *dialogic loop,* tipe konten dan valensi emosional.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian di masa depan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan masyarakat terhadap media sosial. Selain itu, berdasarkan *Open Knowledge Maps* (2023), masih sedikit literatur yang membahas tentang pengukuran keterlibatan masyarakat terhadap media sosial TikTok. Hanya ada 10 dokumen yang terkait dengan TikTok dan hanya 4 jurnal yang membahas tentang pemerintahan dan TikTok. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengembangkan pemahaman tentang hubungan antara keterlibatan masyarakat dan

media sosial TikTok, khususnya dalam konteks pemerintahan. (Baviera et al., 2022; Chen et al., 2021; Editya, 2022; Salikin et al., 2021).

b. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada Distrik Navigasi Kota Palembang dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap media sosial yang dimilikinya.

1.5 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan pada penelitian ini, penulis telah membatasi masalah dengan beberapa poin sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya akan mengevaluasi keterlibatan masyarakat terhadap media sosial @disnav_palembang yang dimiliki oleh pemerintah dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu, seperti panjang video, panjang judul, dialogic loop, tipe konten, dan valensi emosional.
2. Penelitian ini akan difokuskan pada akun media sosial TikTok Disnav Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

Achmed, H., Setianti, Y., & Puspitasari, L. (2019). Pengelolaan Instagram @Humas_Sumedang Sebagai Media Komunikasi Dan Media Informasi Oleh Humas Sekretariat Daerah Sumedang Hafizh. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 329–340.

Agency, D. (2015). *Online Engagement In Digital Marketing Meaning & Definition | Duffy Agency*. Https://Duffy.Agency/Insight/What-Is-Online-Engagement/

Agusvianto, H. (2017). Sistem Informasi Inventori Gudang Untuk Mengontrol Persediaan Barang Pada Gudang Studi Kasus : Pt.Alaisys Sidoarjo. *Jieet (Journal Of Information Engineering And Educational Technology)*, *1*(1), 40–46. Https://Doi.Org/10.26740/Jieet.V1n1.P40-46

Arikunto. (2006). Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek. In *Jakarta: Rineka Cipta* (Cet. 13, Issue 1983). Jkt : Rineka Cipta, 2006. Http://R2kn.Litbang.Kemkes.Go.Id:8080/Handle/123456789/62880

Astuti, Y. D. (2013). *Hubungan Antara Budaya Organisasi Dengan Kinerja Karyawan Pt. Pln (Persero) Area Malang*.

Baviera, T., Sánchez-Junqueras, J., & Rosso, P. (2022). Political Advertising On Social Media: Issues Sponsored On Facebook Ads During The 2019 General Elections In Spain. *Communication & Society*, *35*(3), 39–49. Https://Doi.Org/10.15581/003.35.3.33-49

Burson, T. (2015). *Coding And Intercoder Reliability Title*. Https://Slideplayer.Com/Slide/3559200/

Cangara, H. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Opac Perpustakaan Nasional Ri. Https://Opac.Perpusnas.Go.Id/Detailopac.Aspx?Id=969033

Chen, Q., Min, C., Zhang, W., Ma, X., & Evans, R. (2021). Factors Driving Citizen Engagement With Government Tiktok Accounts During The Covid-19 Pandemic: Model Development And Analysis. *J Med Internet Res 2021;23(2):E21463 Https://Www.Jmir.Org/2021/2/E21463*, *23*(2), E21463. Https://Doi.Org/10.2196/21463

Chen, Q., Min, C., Zhang, W., Wang, G., Ma, X., & Evans, R. (2020). Unpacking The Black Box: How To Promote Citizen Engagement Through Government Social Media During The Covid-19 Crisis. *Computers In Human Behavior*, *110*, 106380. Https://Doi.Org/10.1016/J.Chb.2020.106380

Dephub. (2022). *Kantor Distrik Navigasi Kelas I Palembang*. Https://Dephub.Go.Id/Org/Disnavpalembang/Gallery?Page=2

Desrianti, D. I., Sunarya, L., & Parmania, D. F. (2015). *Pemanfaatan Teknologi*

Informasi Dan Komunikasi (Tik) Pada Rhjfox Sebagai Forum Diskusi. *8*(3).

Dong, X., & Lian, Y. (2022). The Moderating Effects Of Entertainers On Public Engagement Through Government Activities In Social Media During The Covid-19. *Telematics And Informatics*, *66*, 101746. Https://Doi.Org/10.1016/J.Tele.2021.101746

Dwiyanto, A. (2017). *Manajemen Pelayanan Publik: Peduli, Inklusif, Dan Kolaboratif*. Gadjah Mada University Press.

Editya, D. A. (2022). *Tinjauan Atas Efektivitas Penggunaan Key Opinion Leader (Kol) Dalam Penjualan Surat Utang Negara Ritel Seri Sbr011*. Https://Doi.Org/10.48550/Arxiv.2208.12619

Falls, J. (2012). *Defining Engagement*. Https://Socialmediaexplorer.Com/Content-Sections/News-And-Noise/Defining-Engagement/

Gálvez-Rodríguez, M. Del M., Sáez-Martín, A., García-Tabuyo, M., & Caba-Pérez, C. (2018). Exploring Dialogic Strategies In Social Media For Fostering Citizens' Interactions With Latin American Local Governments. *Public Relations Review*, *44*(2), 265–276. Https://Doi.Org/10.1016/J.Pubrev.2018.03.003

Gatara, S. (2008). *Ilmu Politik: Memahami Dan Menerapkan*. Pustaka Setia.

Guo, P. J., Kim, J., & Rubin, R. (2014). How Video Production Affects Student Engagement: An Empirical Study Of Mooc Videos. *L@S 2014 - Proceedings Of The 1st Acm Conference On Learning At Scale*, 41–50. Https://Doi.Org/10.1145/2556325.2566239

Halvey, M. J., & Keane, M. T. (2007). Analysis Of Online Video Search And Sharing. *Hypertext 2007: Proceedings Of The Eighteenth Acm Conference On Hypertext And Hypermedia, Ht'07*, 217–226. Https://Doi.Org/10.1145/1286240.1286301

Herlina, N. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Jom Fisip*, *4*(2), 1–12.

Hidayati, F., & Sinulingga, K. (2015). Pengaruh Model Pembelajaran Conceptual Understanding Procedures (Cups) Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Materi Pokok Listrik Dinamis Di Kelas X Semester Ii Sma Negeri 1 Binjai T.P 2014/2015. *Inpafi (Inovasi Pembelajaran Fisika)*, *3*(4). Https://Doi.Org/10.24114/Inpafi.V3i4.5388

Jehan Amanda, Author. (2012). *Distribusi Valensi Dalam Pertemanan Berdasarkan Status Updates Di Twitter = Valence Distribution In Friendship Based On Status Updates In Twitter*. Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. Https://Lib.Ui.Ac.Id

Ji, Y. G., Chen, Z. F., Tao, W., & Cathy Li, Z. (2019). Functional And Emotional Traits Of Corporate Social Media Message Strategies: Behavioral Insights From S&P

500 Facebook Data. *Public Relations Review*, *45*(1), 88–103. Https://Doi.Org/10.1016/J.Pubrev.2018.12.001

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*, *53*(1), 59–68. Https://Doi.Org/10.1016/J.Bushor.2009.09.003

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses And Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, *37*(4), 509–523. Https://Doi.Org/10.1086/268109/2/37-4-509.Pdf.Gif

Kent, M. L., & Taylor, M. (1998). Building Dialogic Relationships Through The World Wide Web. *Public Relations Review*, *24*(3), 321–334. Https://Doi.Org/10.1016/S0363-8111(99)80143-X

Keswari, N. M. R., Sumarjaya, I. W., & Suciptawati, N. L. P. (2014). Perbandingan Regresi Binomial Negatif Dan Regresi Generalisasi Poisson Dalam Mengatasi Overdispersi (Studi Kasus: Jumlah Tenaga Kerja Usaha Pencetak Genteng Di Br. Dukuh, Desa Pejaten). *E-Jurnal Matematika*, *3*(3), 107. Https://Doi.Org/10.24843/Mtk.2014.V03.I03.P072

Lee, C. H., & Yu, H. (2019). The Impact Of Language On Retweeting During Acute Crises: Uncertainty Reduction And Language Expectancy Perspectives. *Ssrn Electronic Journal*. Https://Doi.Org/10.2139/Ssrn.3446718

Madichie, N. O., & Hinson, R. (2014). A Critical Analysis Of The "Dialogic Communications" Potential Of Sub-Saharan African Police Service Websites. *Public Relations Review*, *40*(2), 338–350. Https://Doi.Org/10.1016/J.Pubrev.2013.10.009

Maps, O. K. (2023). *Knowledge Map Of Engagement Government Tiktok*. Https://Openknowledgemaps.Org/Map/3c8a4be98536a6fde58d3036e79dae34

Paige, J. M. (1971). Political Orientation And Riot Participation. *American Sociological Review*, *36*(5), 810–820. Https://Doi.Org/10.2307/2093668

Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, *8*(2), 679–686. Https://Doi.Org/10.24176/Simet.V8i2.1574

Purwadi, A., Pratama, A. B., & Mahendradi, R. M. (2019). Mengukur Engagement Warga Negara Dalam Interaksi Media Sosial (Studi Pada 32 Akun Resmi Facebook Pemerintah Kabupaten/Kota Di Jawa Tengah). *Natapraja*, *7*(1), 1–17. Https://Journal.Uny.Ac.Id/Index.Php/Natapraja/Article/View/24895

Putra, A. E. D. (2012). *Efektivitas Social Media Sebagai Saranapembentukan Engagement Antara Brand Dengantarget Audience(Pengukuran Engagement Berdasarkan Ipm (Interactions Per Thousand)Formula Pada Target Audience*

Account Twitter @Gamelanlovers Danaccount Facebook Yogyakarta Gamelan Lovers Periode Bulan Agustus 2012).

Ratri, H. D. (2018). Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Tingkat Harga Diri Remaja Di Sma Negeri 2 Jember. *Skripsi*, 1–139. Http://Repository.Unej.Ac.Id/Bitstream/Handle/123456789/89035/Handita Diani Ratri %28142310101073%29.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y

Salikin, H., Muta'allim, Alfani, F. R., Hosaini, & Sayfullah, H. (2021). Traditional Madurese Engagement Amids The Social Change Of The Kangean Society. *Retorika: Jurnal Ilmu Bahasa*, *7*(1), 32–42. Https://Doi.Org/10.22225/Jr.7.1.2633.32-42

Sharabati, A. A. A., Al-Haddad, S., Al-Khasawneh, M., Nababteh, N., Mohammad, M., & Abu Ghoush, Q. (2022). The Impact Of Tiktok User Satisfaction On Continuous Intention To Use The Application. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, *8*(3), 125. Https://Doi.Org/10.3390/Joitmc8030125

Situmorang, R. M. (2014). Penerapan Model Pembelajaran Problem Based Learning Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Materi Sistem Ekskresi Manusia. *Jurnal Edubio Tropika*, *3*(2). Https://Jurnal.Unsyiah.Ac.Id/Jet/Article/View/6956

Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*.

Surbakti, R. (1992). *Memahami Ilmu Politik*. Raja Grafindo Persada.

Suryadharma, B., & Susanto, T. D. (2017). Faktor Penerimaan Media Sosial Instansi Pemerintah Di Indonesia. *Integer: Journal Of Information Technology*, *2*(2), 1–10. Https://Doi.Org/10.31284/J.Integer.2017.V2i2.174

Utami, L. S. (2022). *Cara Atur Kecepatan Dan Durasi Video Tiktok*. Https://Www.Suara.Com/Tekno/2022/10/27/092636/Cara-Atur-Kecepatan-Dan-Durasi-Video-Tiktok#:~:Text=Cara Atur Durasi Video Tiktok,Bisa Berdurasi Hingga Tiga Menit.

Wearesocial. (2022a). *Digital 2022 Global Overview Report*. Https://Wearesocial.Com/Us/Blog/2022/01/Digital-2022/

Wearesocial. (2022b). *Digital 2022 Indonesia*. Andi.Link/Wp-Content/Uploads/2022/02/Digital-2022-Indonesia-February-2022-V01_Compressed.Pdf

Wikipedia. (2022). *Tiktok*. Https://Id.Wikipedia.Org/Wiki/Tiktok#Pranala_Luar

Xu, W. (Wayne), & Zhang, C. (2018). Sentiment, Richness, Authority, And Relevance Model Of Information Sharing During Social Crises—The Case Of #Mh370 Tweets. *Computers In Human Behavior*, *89*, 199–206. Https://Doi.Org/10.1016/J.Chb.2018.07.041

Zhang, L., Wei, J., & Boncella, R. J. (2020). Emotional Communication Analysis Of Emergency Microblog Based On The Evolution Life Cycle Of Public Opinion. *Information Discovery And Delivery*, *48*(3), 151–163. Https://Doi.Org/10.1108/Idd-10-2019-0074/Full/Xml

Zhou, J., Liu, F., & Zhou, H. (2018). Understanding Health Food Messages On Twitter For Health Literacy Promotion. *Https://Doi.Org/10.1177/1757913918760359*, *138*(3), 173–179. Https://Doi.Org/10.1177/1757913918760359

Zhou, Q., Sotiriadis, M., & Shen, S. (2023). Using Tiktok In Tourism Destination Choice: A Young Chinese Tourists' Perspective. *Tourism Management Perspectives*, *46*, 101101. Https://Doi.Org/10.1016/J.Tmp.2023.101101

Zhu, C., Xu, X., Zhang, W., Chen, J., & Evans, R. (2019a). How Health Communication Via Tik Tok Makes A Difference: A Content Analysis Of Tik Tok Accounts Run By Chinese Provincial Health Committees. *International Journal Of Environmental Research And Public Health 2020, Vol. 17, Page 192*, *17*(1), 192. Https://Doi.Org/10.3390/Ijerph17010192

Zhu, C., Xu, X., Zhang, W., Chen, J., & Evans, R. (2019b). How Health Communication Via Tik Tok Makes A Difference: A Content Analysis Of Tik Tok Accounts Run By Chinese Provincial Health Committees. *International Journal Of Environmental Research And Public Health 2020, Vol. 17, Page 192*, *17*(1), 192. Https://Doi.Org/10.3390/Ijerph17010192