

**EVALUASI KETERLIBATAN MASYARAKAT DI YOUTUBE
PEMERINTAH : DURASI, JUDUL DIALOG, KONTEN, EMOSI
(STUDI KASUS : Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang
@diskominfoPalembang)**

SKRIPSI

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



Oleh

Nurhaliza Charolin (09031182025023)

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**EVALUASI KETERLIBATAN MASYARAKAT DI YOUTUBE
PEMERINTAH: DURASI, JUDUL DIALOG, KONTEN, EMOSI**

**(STUDI KASUS : Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang
@diskominfoPalembang)**

**Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi di Program Studi
Sistem Informasi SI**

Oleh :

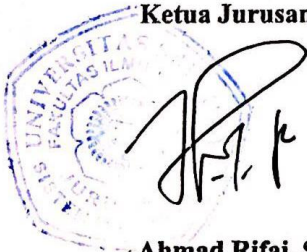
Nurhaliza Charolin (09031182025023)

Disahkan,

Palembang, 10 Juli 2024

Mengetahui,

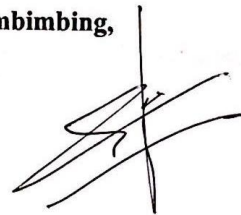
Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Ahmad Rifai, S.T, M.T

NIP. 197910202010121003

Pembimbing,



Ari Wedhasmara, M.TI

NIP. 197812112010121002

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhaliza Charolin
NIM : 09031182025023
Program Studi : Sistem Informasi
Judul Skripsi : Evaluasi Keterlibatan Masyarakat di YouTube
Pemerintah : Durasi, Judul, Dialog, Emosi

Hasil Pengecekan *software iThenticate/Turnitin*: 10%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat. Apabila ditemukan unsur 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 dari pihak manapun.



Palembang, 10 Juli 2024

Nurhaliza Charolin
NIM. 09031182025023

HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhaliza Charolin
NIM : 09031182025023
Judul Publikasi : Evaluasi Keterlibatan Masyarakat di YouTube
Pemerintah: Durasi, Judul, Dialog, Konten, Emosi
DOI : 10.36067/jbis.v6i1.234

Dengan ini menyatakan bahwa Publikasi saya dengan judul :


Evaluasi Keterlibatan Masyarakat di YouTube Pemerintah: Durasi, Judul,
Dialog, Konten, Emosi

Yang diusulkan pada Jurnal JBIS : Journal of Business and Information
Systems Vol 6, No 1 Juni, tahun 2024, Halaman 131-144 bersifat original dan
saya sendiri yang bertanggung jawab pada setiap proses submit publikasi
tersebut.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini
maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang
berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenarnya.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,


Ari Wedhasmara, M.TI
NIP. 197812112010121002

Palembang, 10 Juli 2024

Yang Menyatakan,


Nurhaliza Charolin
NIM. 09031182025023

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah *accepted* di Jurnal JBIS : Journal of Business and Information Systems (Sinta 4) pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 19 Juni 2024

Nama : Nurhaliza Charolin

NIM : 09031182025023

Judul : Evaluasi Keterlibatan Masyarakat di YouTube
Pemerintah : Durasi, Judul, Dialog, Emosi

Tim Pembimbing :

1. Ari Wedhasmara, M.TI



Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi,



Ahmad Rifai, S.T. M.T

NIP. 197910202010121003

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

“Sesungguhnya Allah adalah sebaik-baik perencana”

(QS. Al-Imran : 54)

“Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu”

(Ika df)

"Value time and be wise in every step, for regret always comes after the opportunity has passed"

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

- **Diriku Sendiri**
- **Orang tuaku tercinta**
- **Adik-adikku tersayang**
- **Sahabat tersayang**
- **Teman-teman seperjuangan**
- **Almamaterku, 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 **“EVALUASI KETERLIBATAN MASYARAKAT DI YOUTUBE PEMERINTAH : DURASI, JUDUL, DIALOG, KONTEN, EMOSI (STUDI KASUS : YouTube Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang @diskominfoPalembang)”** 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. Diriku sendiri yang telah bertahan dan terus berjuang, meskipun jalan yang ditempuh tidak selalu mudah.
3. Mama, ayah, dan adik-adik yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada Penulis agar dapat melakukan hal yang terbaik.
4. Bapak Prof. Dr. Erwin, S.Si., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Ahmad Rifai, S.T., M.T., selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Ari Wedhasmara, M.TI., selaku Pembimbing Tugas Akhir yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan dalam pembuatan Tugas Akhir ini. Serta selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh dosen dan tenaga pengajar yang telah membantu, membimbing, dan membagi ilmunya kepada penulis selama menuntut ilmu di Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

8. Seluruh staf Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya yang sudah membantu berbagai kegiatan mahasiswa.
9. Kak Aziz Antabari Acta, yang sudah banyak sekali membantu Penulis mulai dari mahasiswa baru sampai selesainya penyusunan Tugas Akhir ini.
10. Muhammad Sendy, Marsanda Puspita, Dzakiyyah Darajat, Ahmad Febriansyah Putra yang selalu berhasil menjadi sahabat terbaik dalam setiap situasi hidup Penulis, menjadi tempat Penulis bisa merasa sangat bebas untuk menjadi diri sendiri, dan menguatkan satu sama lain.
11. Enjelina Tampubolon dan Amanda Julia Della Siska, sahabat terbaik di perkuliahan yang menjadi tempat Penulis berbagi cerita, saling menguatkan dan saling memotivasi.
12. Riska Amelia Sanjaya, teman satu kamar kost yang sudah menjadi keluarga selama masa perkuliahan.
13. Tasya Aliyah, teman terbaik di Kost Ridho yang sangat perhatian kepada Penulis.
14. Nabila, Tarina, Radutfa, Ilham, Moses, Zicko, Alvico, teman satu kelas Penulis yang sudah banyak sekali membantu dalam menyelesaikan tugas kuliah.
15. Atika dan Eyis, teman terbaik di BEM KM Fasilkom Unsri "*Kabinet Lentera Karya*" yang juga menjadi teman terbaik diluar organisasi selama masa kuliah.
16. Kakak-kakak dan teman-teman dari BEM KM Fasilkom Unsri "*Kabinet Lentera Karya 2021*" dan "*Kabinet Askara Akasia 2022*" khususnya dinas Akademik, yang sangat banyak memberi warna kehidupan dan pembelajaran selama Penulis berorganisasi.
17. Nawfal Septamuyasar, partner BPH Dinas Akademik "*Kabinet Askara Akasia 2022*" yang sudah mau berproses bersama Penulis dalam memajukan Dinas Akademik.
18. Partner in crime inti INTEL Fasilkom Unsri 2022 (Febrina, Aldo, Hanny, Nabila) yang telah berproses bersama dalam membangun dan memajukan organisasi, serta memberikan banyak pengalaman baru yang belum pernah penulis alami sebelumnya.

19. Teman-teman sekelas Sistem Informasi Reguler B angkatan 2020 yang telah berjuang bersama dari awal semester.
20. Teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberi dukungan selama masa kuliah.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk kritik maupun saran untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, 10 Juli 2024

Penulis,



Nurhaliza Charolin

NIM. 09031182025023

**EVALUASI KETERLIBATAN MASYARAKAT DI YOUTUBE
PEMERINTAH : DURASI, JUDUL, DIALOG, KONTEN, EMOSI**

**(STUDI KASUS : YouTube Dinas Komunikasi dan Informatika Kota
Palembang @diskominfoPalembang)**

Oleh

Nurhaliza Charolin 09031182025023

ABSTRAK

Dalam era digital yang semakin canggih, keterlibatan masyarakat di media sosial pemerintah menjadi sangat penting. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah memengaruhi partisipasi mereka, di mana kepercayaan yang rendah dapat mengakibatkan penurunan partisipasi dan keengganan untuk menerima informasi dari pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan masyarakat pada platform media sosial YouTube Diskominfo Palembang, meliputi durasi video, panjang judul, loop dialogis, tipe konten, dan valensi emosional. Dengan menganalisis 148 video dari akun YouTube @diskominfoPalembang, analisis regresi binomial negatif menunjukkan bahwa durasi video, panjang judul, dan tipe konten berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan masyarakat. Loop dialogis tidak signifikan, sedangkan valensi emosional memoderasi pengaruh faktor-faktor tersebut. Durasi video dan panjang judul berdampak positif pada jumlah like dan view, sementara tipe konten pendidikan dan dokumentasi berdampak negatif pada jumlah like. Kesimpulannya, penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti durasi video, panjang judul, loop dialogis, tipe konten, dan valensi emosional memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat partisipasi masyarakat pada video YouTube.

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

COMMUNITY ENGAGEMENT EVALUATION ON GOVERNMENT YOUTUBE: DURATION, TITLE, DIALOGUE, CONTENT, EMOTION

(CASE STUDY: YouTube of Palembang City Communication and
Information Office @diskominfoPalembang)

By

Nurhaliza Charolin 09031182025023

ABSTRACT

In the increasingly advanced digital era, community engagement on government social media has become crucial. Public trust in the government influences their participation, where low trust can lead to decreased participation and reluctance to accept information from the government. This study aims to evaluate the factors affecting community engagement on the YouTube social media platform of Palembang City Communication and Information Office, including video duration, title length, dialogic loops, content type, and emotional valence. By analyzing 148 videos from the YouTube account @diskominfoPalembang, a negative binomial regression analysis showed that video duration, title length, and content type significantly influence community engagement. Dialogic loops were not significant, while emotional valence moderated the impact of these factors. Video duration and title length positively affected the number of likes and views, whereas educational and documentary content types negatively affected the number of likes. In conclusion, this study indicates that factors such as video duration, title length, dialogic loops, content type, and emotional valence significantly influence community engagement levels on YouTube videos.

Keywords : Citizen, Engagement, Government, YouTube, Social Media

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Profil Instansi.....	7
2.1.1 Sejarah Instansi	7
2.1.2 Visi dan Misi Diskominfo Kota Palembang (2023).....	8
2.1.3 Struktur Organisasi	10
2.2 Media Sosial	10
2.3 <i>YouTube</i> Diskominfo Kota Palembang	11
2.4 Engagement Pada Media Sosial	13
2.5 Web Crawler.....	14
2.6 Penelitian Terdahulu	14
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Flowchart Penelitian	25
3.2 Jenis Penelitian	25
3.3 Objek Penelitian	26
3.4 Operasional Variabel	26
3.5 Model Konseptual dan Hipotesis Penelitian.....	30
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.6.1 Sumber Data.....	35

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.7 Formula Haro-de-Rosario, Sáez-Martín, & delCarmen Caba-Pérez	37
3.8 Analisis Data	37
3.8.1 <i>Intercorder Reliability</i>	37
3.8.2 Regresi Binomial Negatif.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Crawling Data	39
4.2 <i>Intercoder Reliability</i>	39
4.3 Tingkat Engagement Masyarakat dengan Formula Haro-de-Rosario, Sáez- Martín, & delCarmen Caba-Pérez (2018)	41
4.4 Analisis Deskriptif.....	43
4.5 Pengujian Hipotesis	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
L A M P I R A N.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Formula	37
Tabel 4.1 Hasil Crawling Data	39
Tabel 4.2 Hasil Intercoder Reliability	40
Tabel 4.3 Variabel Dependen.....	40
Tabel 4.4 Hasil Regresi Binomial Negatif	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Binomial Negatif Dengan Efek Moderasi	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Diskominfo Kota Palembang	10
Gambar 2.2 Youtube @diskominfoPalembang.....	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 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	43

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang cepat telah menghasilkan munculnya media baru, di antaranya adalah kemunculan internet (Rosana, 2010). Menurut Suryadharma & Susanto (2017), perkembangan dan kemunculan internet didukung oleh banyaknya infrastruktur jaringan internet yang tersedia di Indonesia. Internet memiliki peran penting dalam memungkinkan orang untuk secara aktif berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain, dikarenakan semakin banyak pengguna internet yang memanfaatkan manfaat media internet untuk menemukan informasi yang bermanfaat bagi semua pihak (Desrianti et al., 2015).

Menurut Kaplan & Haenlein (2010), media sosial mengacu pada sekelompok aplikasi internet yang didasarkan pada ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi konten yang dibuat oleh pengguna atau disebut *UGC (user-generated content)*. Di era modern, masyarakat telah menjadikan informasi dari media sosial sebagai bagian rutin dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu keunggulan utama media online adalah kemampuan mereka untuk memperbarui informasi dengan cepat, yang membuatnya unggul dibandingkan media massa konvensional. Selain itu, media sosial juga unggul dalam hal jangkauan yang lebih luas, biaya yang lebih rendah, dan kemampuan untuk berkomunikasi dengan siapa saja kapan saja dan di mana saja. (Herlina, 2017).

Menurut wearesocial (2023) menunjukkan bahwa dari total penduduk Indonesia sebesar 276,4 juta jiwa, sekitar 212,9 juta orang telah menggunakan internet dan 167 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.

Dalam survei IMD (Institute for Management Development) World Competitiveness Ranking (2019), Indonesia menempati peringkat 56 dari 63 negara, mencerminkan tantangan besar dalam meningkatkan daya saing ekonomi. Peringkat yang lebih rendah dibandingkan dengan tetangga ASEAN, seperti Thailand (peringkat 40), Malaysia (peringkat 26), dan Singapura (peringkat 2), menunjukkan kebutuhan perbaikan, terutama pada infrastruktur, regulasi bisnis, dan inovasi. Evaluasi ini memberikan wawasan penting bagi pemerintah dan pemangku kepentingan untuk memperkuat sektor-sektor kunci, mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, dan meningkatkan daya saing global Indonesia.

Masyarakat saat ini sering memanfaatkan media sosial dan bahkan dalam beberapa situasi, media sosial telah mengambil alih fungsi jurnalis dalam menyediakan informasi. Melalui media sosial, setiap orang memiliki kemampuan untuk mendapatkan dan mengunggah informasi pada profil pribadinya. Hal ini telah dimanfaatkan oleh berbagai lembaga pemerintah untuk berinteraksi dan memahami permasalahan yang tengah dialami oleh masyarakat. Perkembangan media sosial yang telah mengubah cara berkomunikasi masyarakat saat ini juga telah mempengaruhi lembaga pemerintah dalam melaksanakan tugasnya. (Achmed et al., 2019).

Pada penelitian terdahulu disebutkan bahwa media sosial digunakan oleh instansi pemerintah untuk meningkatkan pelayanan dan membangun sistem pemerintahan yang terbuka. Di Indonesia, pemerintah telah mengadopsi media sosial sebagai sarana komunikasi publik, dengan dukungan pedoman pemanfaatan media sosial oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. Tujuannya adalah menciptakan keterbukaan, komunikasi efektif, dan interaksi saling menguntungkan antara instansi pemerintah dan masyarakat. Media sosial, seperti YouTube, menjadi obyek untuk mengukur tingkat kepuasan masyarakat tanpa manipulasi data, terutama dengan adanya komentar yang dapat dijadikan informasi untuk Analisis Media Sosial (Yoga Saputra et al., 2019). Bahkan, YouTube telah menduduki peringkat kedua sebagai top website di Indonesia, setelah Google (wearesocial, 2023).

Media sosial YouTube merupakan situs website yang dibuat untuk mengunggah video yang dapat kita bagikan dengan penonton di Internet. Dengan adanya yang sudah mengunggah video, kita dapat menontonnya tanpa harus menunggu lama untuk mendownload. Hal ini menarik karena YouTube juga menyediakan fitur siaran langsung, memungkinkan penonton untuk berinteraksi secara langsung dengan konten yang ditayangkan. Keunikan ini membedakan YouTube dari televisi konvensional. Keberadaan YouTube juga menjadi media sosial yang paling dibutuhkan masyarakat, karena memuat segala jenis video mulai dari hiburan, tips dan trik hingga berita terbaru (Machidhar Anan Septia, Wangi Maya Sekar, 2008). Berdasarkan laporan wearesocial (2023) ada 2,51 miliar pengguna YouTube di seluruh dunia dan sebanyak 99,1 juta dari pengguna tersebut berasal dari Indonesia

pada Januari 2023. Namun, jumlah pengguna platform berbagi video itu justru menurun 1,9% dibandingkan Januari 2022.

Diskominfo Kota Palembang merupakan salah satu instansi yang menggunakan media sosial YouTube sebagai media publikasi mereka. Diskominfo Kota Palembang adalah unsur pelaksana urusan daerah dibidang Komunikasi dan informatika berdasarkan kewenangan yang dimiliki pemerintah daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan-undangan yang berlaku. Akun YouTube @diskominfoPalembang merupakan akun YouTube dari diskominfo kota Palembang yang berisikan video-video mengenai informasi komunikasi dan informatika di kota Palembang. Dengan adanya akun YouTube @diskominfoPalembang ini, pengguna dapat mendapatkan banyak informasi mengenai komunikasi dan informatika di kota Palembang yang dibagikan oleh pihak instansi tersebut. Akun YouTube @diskominfoPalembang ini dibuat pada tahun 2017 dengan subscribers yang dimiliki berkisar 547.

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 pengeksploasian faktor-faktor yang dapat mendorong masyarakat untuk berpartisipasi aktif di media sosial pemerintah.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis bermaksud akan mengangkat permasalahan tersebut dalam sebuah penelitian tugas akhir yang berjudul **“EVALUASI KETERLIBATAN MASYARAKAT DI YOUTUBE PEMERINTAH : DURASI, JUDUL DIALOG, KONTEN, EMOSI”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah penulis jabarkan pada latar belakang, maka beberapa masalah yang dapat diidentifikasi adalah “Bagaimana penilaian keterlibatan masyarakat terhadap media sosial YouTube Diskominfo Kota Palembang dengan menggunakan faktor-faktor seperti durasi konten, judul, loop dialogis, tipe 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 mediasosial YouTube Kota Palembang dengan menggunakan faktor durasi konten, judul, loop dialogis, tipe konten, dan valensi emosional.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat membantu mengembangkan pengetahuan tentang strategi komunikasi Diskominfo Kota Palembang dalam memanfaatkan saluran YouTube. Dengan menganalisis peran faktor-faktor seperti durasi konten, judul, loop dialogis, tipe konten, dan valensi emosional, penelitian ini dapat memberikan panduan tentang strategi komunikasi yang efektif

bagi Diskominfo Kota Palembang dalam menyampaikan pesan dan membangun keterlibatan dengan masyarakat melalui media digital.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada Diskominfo 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 @diskominfo-palembang yang dimiliki oleh pemerintah dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu, seperti durasi konten, judul, loop dialogis, tipe konten, dan valensi emosional.
2. Penelitian ini akan difokuskan pada akun media sosial YouTube Diskominfo Kota 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*.
- 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>
- Deddy, D. (2020). Implementasi Web Crawling untuk Pencarian Harga Sparepart Pada PT Asuransi Sinar Mas. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 7(3), 416–428. <https://doi.org/10.35957/JATISI.V7I3.505>
- Desrianti, D. I., Sunarya, L., & Parmania, D. F. (2015). *PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) PADA RHJFOX SEBAGAI FORUM DISKUSI*. 8(3).
- Diskominfo, K. P. (2023). *Visi dan Misi Diskominfo Kota Palembang*. <https://palembang.go.id/profil/visi-and-misi>
- Diskominfo Kota Palembang, R. (2024). *INFORMATIKA*. 1271.
- 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.
- 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.
- 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>
- Haro-de-Rosario, A., Saraite, L., Sáez-Martin, A., & del Carmen Caba-Pérez, M. (2018). The Impact of Social Media on Customer Engagement With U.S. Banks. <https://Services.Igi-Global.Com/Resolvedoi/Resolve.aspx?Doi=10.4018/978-1-5225-5637-4.Ch039>, 774–788. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5637-4.CH039>
- 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>
- IMD World Competitiveness Ranking 2019. (2019). *IMD World Competitiveness Ranking 2019*. IMD. <https://www.imd.org/research->

knowledge/competitiveness/reports/imd-world-digital-competitiveness-ranking-2019/

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](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>

Machidhar Anan Septia, Wangi Maya Sekar, S. (2008). *EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI PADA CHANNEL YOUTUBE DISKOMINFO BOYOLALI*. 282.

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>

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., & Mahendrardi, 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 SARANPEMBENTUKAN ENGAGEMENT ANTARA BRAND DENGANTARGET AUDIENCE(Pengukuran Engagement berdasarkan IPM (Interactions per Thousand)formula pada Target Audience Account Twitter @GamelanLovers danAccount Facebook Yogyakarta.*
- 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 Diana Ratri %28142310101073%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/89035/Handita%20Diana%20Ratri%20142310101073%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rosana, A. S. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Gema Eksos*, 5(2), 146–148.
<https://www.neliti.com/id/publications/218225/kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-industri-media-di-indonesia>
- 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 ESKRESI 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>
- wearesocial. (2023). *Digital 2023 Global Overview Report*. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- 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>
- Yoga Saputra, P., Hanifudin Subhi, D., & Zain Afif Winatama, Z. (2019). Implementasi Sentimen Analisis Komentar Channel Video Pelayanan Pemerintah Di Youtube Menggunakan Algoritma Naïve Bayes. *Jurnal Informatika Polinema*, 5(3), 209–213. <http://jip.polinema.ac.id/ojs3/index.php/jip/article/view/259>
- YouTube Diskominfo Kota Palembang*. (n.d.).
- 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. (2019). 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>