

PENGARUH INTENSITAS KONSUMSI PEMBERITAAN POLISI BRUTAL DAN INTENSITAS KONSUMSI E-WOM DALAM AKSI PERINGATAN DARURAT DI MEDIA SOSIAL X TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA KEPOLISIAN

Anoriza Anova, Adi Nugroho

anno01042002@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407

Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: fisipundip@ac.id

ABSTRACT

Social media has become the main space for people to consume information and discuss public issues, including trust in government institutions. This research uses an explanatory method with a non-probability sampling technique involving 100 respondents. The theory used is Uses and Gratifications Theory, this research explores how information and comments and discussions that develop on social media affect public perceptions of police institutions, especially in cases involving alleged acts of brutality. The results obtained through multiple linear regression hypothesis testing are that the intensity of consumption of brutal police news and the intensity of consumption of E-WOM in emergency warning actions on social media X on the level of public trust in the police has a negative effect with a significance value obtained is $0.000 < 0.01$. The results of this study explain that every unit increase in variable X1 will reduce Y by 0.388 or 38.8%. The results of this study explain that each unit increase in variable X1 will reduce Y by 0.388 or 38.8%. And each unit increase in variable X2 will reduce Y by 45%. Then each of the X1 variables has an influence of 39% and the X2 variable is 53%. That way, variable X2 has an influence with a stronger strength when compared to variable X1.

Keywords: *Police Brutality News, E-WOM, public trust, police, social media, Uses and Gratifications Theory*

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi ruang utama bagi masyarakat dalam mengonsumsi informasi dan berdiskusi tentang isu-isu publik, termasuk kepercayaan terhadap institusi pemerintah. Penelitian ini menggunakan metode eksplanatori dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* yang melibatkan 100 responden. Teori yang digunakan adalah *Uses and Gratifications Theory*, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana informasi dan komentar serta diskusi yang berkembang di media sosial memengaruhi persepsi publik terhadap institusi kepolisian, terutama dalam kasus yang melibatkan dugaan tindakan brutalitas. Hasil penelitian yang didapat melalui pengujian uji hipotesis regresi linear berganda adalah bahwa intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal dan intensitas konsumsi E-WOM dalam aksi peringatan darurat di media sosial X terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kepolisian berpengaruh negatif dengan nilai signifikansi yang didapatkan adalah $0,000 < 0,01$. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa setiap kenaikan unit variabel X1 akan menurunkan Y sebesar -0,388 atau 38,8%. Serta setiap kenaikan unit variabel X2 akan menurunkan Y sebesar -0,450 atau 45%. Lalu masing-masing dari variabel X1 memberikan pengaruh sebesar 39% dan variabel X2 sebesar 53%. Dengan begitu, variabel X2 memiliki pengaruh dengan kekuatan yang lebih kuat jika dibandingkan dengan variabel X1.

Kata kunci : Pemberitaan Polisi Brutal, E-WOM, kepercayaan publik, kepolisian, media sosial, Uses and Gratifications Theory.

PENDAHULUAN

Lembaga penegak hukum di Indonesia memiliki tanggung jawab dalam menjaga keamanan dan ketertiban dalam melayani masyarakat. Masyarakat sebagai aspek yang dilayani juga turut mengawasi lembaga tersebut. Kesalahan yang dilakukan oleh lembaga penegak hukum akan memberikan dampak buruk bagi lembaga tersebut. Dampak tersebut dapat mempengaruhi citra pada masyarakat sehingga akan menciptakan persepsi buruk terhadap lembaga pemerintah tersebut.

Kepolisian Republik Indonesia merupakan lembaga penegak hukum yang bertugas dalam melindungi, mengayomi, dan melayani masyarakat. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia No.2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia menjelaskan terkait tujuan kepolisian adalah menciptakan, mengayomi, dan melindungi masyarakat dengan menjunjung tinggi Hak Asasi Manusia. Bersumber dari buku “Wajah Polisi Presisi: Melahirkan Banyak Inovasi dan Prestasi ” yang ditulis oleh Edi Hasibuan selaku ketua Lemkapi (Lembaga Kajian Strategis Kepolisian Indonesia), fokus utama yang dikedepankan oleh Polri terdapat tiga hal yaitu bertumpu pada kepentingan masyarakat, menjunjung tinggi Hak Asasi Manusia, pemeliharaan Kamtibmas, dan melindungi demokrasi (Hasibuan, 2023). Polri juga berjanji untuk meminimalisir budaya koruptif, menghapuskan arogansi kekuasaan, dan

menghilangkan kebiasaan kekerasan (Hasibuan, 2023).

Namun pada kenyataannya, hal ini berbanding terbalik sehingga terdapat banyak masyarakat yang merasa resah kepada kepolisian terkait dengan hal-hal yang dilakukan kepada masyarakat sehingga tingkat kepercayaan kepolisian menjadi menurun di mata masyarakat. Bersumber dari Katadata pada bulan Maret tahun 2023, hasil riset yang dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) terkait tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga penegak hukum. Kepolisian RI merupakan salah satu lembaga yang memiliki tingkat kepercayaan paling rendah yaitu 61 dibanding dengan penegak hukum lainnya seperti KPK, Kejaksaan, dan Pengadilan.

Menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat kepada kepolisian, didukung dengan Data KontraS (Komisi Untuk Orang Hilang dan Korban Tindak Kekerasan) pada bulan Juli 2023 - Juni 2024 terdapat 645 kasus kekerasan yang dilakukan oleh anggota kepolisian. Terdapat 36 kasus pembubaran paksa, 33 kasus peristiwa intimidasi, 52 kasus penganiayaan, 37 kasus penyiksaan, 35 kasus pembunuhan diluar hukum yang menyebabkan 37 korban jiwa. Salah satu komitmen Kepolisian RI adalah mewujudkan instansi Polri yang bersih, bebas KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme), dan mengutamakan etika dan nilai-nilai moral.

Masyarakat menjadi salah satu aspek penting dalam mengawasi kegiatan pemerintah. Media menjadi kekuasaan keempat dalam

mengawasi pemerintah setelah eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Pemberitaan terkait lembaga penegak hukum seperti kepolisian tidak pernah lepas dari pandangan masyarakat. Hadirnya berita dalam lingkungan masyarakat dapat menambahkan wawasan pada masyarakat. Saat ini sebagian besar masyarakat mengawasi kehidupan mereka menggunakan media sosial, dengan demikian media sosial menjadi fasilitator media online (Rahayu & Hamidah, 2022).

Berdasarkan berita dari Kompas terkait survei yang dilakukan oleh Reuters Institute yang bekerjasama dengan University of Oxford mengenai pola konsumsi berita dan pasar digital secara global pada tahun 2023. Sebanyak 83% masyarakat Indonesia mengakses berita menggunakan ponsel. Hal ini dikarenakan ponsel menjadi alat bantu dalam mengakses berita. Masyarakat Indonesia lebih dominan menggunakan media online dan media sosial dalam mencari berita. Angka yang diperoleh media online (termasuk official akun media sosialnya) sebanyak 88%, media sosial sebanyak 68%, televisi sebanyak 57%, media cetak (koran, majalah, dll) sebanyak 17%. Dalam hal ini, ketika mendapatkan sumber berita utama maka media sosial X menjadi sumber arus berita utama yang terbanyak digunakan oleh masyarakat sebanyak 55%. Hal ini merupakan angka paling tinggi dibanding dengan media sosial lainnya seperti Facebook, YouTube, Instagram, dan Tiktok.

Bersumber dari GoodStats, media sosial X menjadi salah satu media yang paling banyak

digunakan oleh masyarakat dalam hal mendapatkan berita baru berbaur nasional atau politik, ulasan atau komentar, dan pandangan lain. Dalam media sosial X pengguna dapat melakukan tweet (membuat status) dan re-tweet (memposting ulang tweet seorang).

Belakangan ini kondisi politik di tanah air sedang terjadi keramaian terkait dengan Aksi Peringatan Darurat. Setelah adanya Aksi Peringatan Darurat dan mengajak masyarakat seluruh Indonesia untuk turun ke jalan. Lalu, media sosial di tanah air terutama X sedang ramai memperbincangkan kepolisian terkait dengan pemberitaan polisi brutal dalam menangani para demonstran dalam Aksi Peringatan Darurat. Dalam peristiwa ini terjadi pada tanggal 26 Agustus dimana polisi menembakkan gas air mata yang menyebabkan situasi semakin kacau, terdapat beberapa masyarakat yang mendapatkan kekerasan oleh polisi, dan anak-anak juga terkena dampak dari kerusuhan tersebut. Hal yang dilakukan oleh kepolisian bertentangan dengan Pasal 7 Ayat 1 Peraturan Kapolri No. 16 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengendalian Massa bahwa kepolisian dilarang bersikap arogan, dilarang melakukan kekerasan, dilarang mencaci maki, dan terpancing dengan kerumunan massa.

Berita dari postingan media sosial X diatas merupakan beberapa kejadian kekerasan yang dilakukan oleh polisi kepada masyarakat dalam Aksi Peringatan Darurat di seluruh Indonesia. Banyaknya berita pada media sosial X terkait video kekerasan yang dilakukan oleh polisi dalam Aksi Peringatan Darurat membuat

masyarakat selalu mengkonsumsi berita buruk dan komentar buruk sehingga menimbulkan opini masyarakat.

Media sosial menjadi peran penting dalam akses menyebarkan informasi kepada siapapun. Khalayak yang memiliki media sosial dapat melihat, mencari, ataupun memberikan informasi yang didapat dalam media sosial tersebut. Penyebaran informasi tidak hanya dilakukan dari mulut ke mulut saja, melainkan melakukan komunikasi secara individu dengan individu lainnya melalui media sosial juga merupakan penyebaran informasi atau yang dikenal dengan *istilah e-word of mouth* (E-WOM).

TUJUAN PENELITIAN

Terdapat tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu: Untuk menjelaskan pengaruh intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal dan intensitas konsumsi E-WOM dalam Aksi Peringatan Darurat di media sosial X terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kepolisian.

KERANGKA TEORITIS

Intensitas Konsumsi Pemberitaan

Intensitas konsumsi pemberitaan adalah bagaimana khalayak memilih suatu berita untuk memenuhi informasi kebutuhannya secara sosial maupun psikologis dalam berbagai media pemberitaan (Suciska & Gunawibawa, 2020). Menurut Kriyantono (dalam Qorib, 2020) terkait

dengan intensitas konsumsi media yaitu menjelaskan penggunaan media bisa dipetakan pada tingkat keseringan atau frekuensi dalam menggunakan suatu media media, dan durasi atau waktu yang dibutuhkan dalam mengkonsumsi media. Selain itu, ada juga atensi yang berkaitan dengan tingkat pemahaman individu terhadap suatu informasi sebelum terkena terpaan media, saat terpaan media, dan setelah terpaan media. Pola konsumsi berita ini dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi (Rosengren dalam Rakhmat, 2001).

Intensitas Konsumsi E-WOM

E-WOM merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan dalam media sosial untuk berkomunikasi, berdiskusi atau penyebaran informasi kepada orang lain (Fakhrudin et al., 2021). E-WOM dilakukan dengan cara memberikan pendapat, menuliskan pendapat, dan melihat pendapat pengguna lain (Gultom, 2022). Bentuk dari E-WOM sendiri tidak dapat diprediksi apakah negatif atau positif dikarenakan hal tersebut merupakan sebuah pemaknaan dari setiap pengguna dalam mencerna informasi yang diterima.

Proses terjadinya E-WOM dikarenakan seseorang mengkonsumsi apa yang ditampilkan dalam media sosial mulai dari pendapat pengguna orang lain, konten yang dibagikan, dan

memberikan pendapat atau pemaknaan dalam bentuk komentar sehingga terbentuk komunitas online dalam media sosial. Intensitas konsumsi E-WOM yaitu dipetakan pada tingkat keseringan atau frekuensi, durasi atau waktu, dan atensi yang dibutuhkan dalam mengkonsumsi E-WOM.

Tingkat Kepercayaan

Menurut (Araujo et al., 2020), persepsi kepercayaan termasuk ke dalam dua jenis, yaitu political trust dan social trust. Kepercayaan politik merupakan suatu harapan yang dimiliki masyarakat terhadap instansi pemerintah untuk bersikap adil dan jujur. Sedangkan persepsi kepercayaan sosial merupakan suatu sebuah kepercayaan antara warga dengan masyarakat lainnya dalam sebuah komunitas dikarenakan hal tersebut memiliki kontribusi dalam mengembangkan kepercayaan politik (Arshad & Khurram, 2020).

Persepsi kepercayaan atau ketidakpercayaan publik digunakan untuk menggambarkan berbagai fenomena dari bentuk penyesalan atau kekecewaan dari masyarakat terhadap instansi pemerintah dikarenakan gagal dalam memenuhi permintaan publik (Shi et al., 2023). Secara umum persepsi kepercayaan publik merupakan kepercayaan kepada lembaga instansi pemerintahan beserta jajaran yang ada didalamnya. Seiring dengan berkembangnya teknologi dapat membantu masyarakat mengakses dan mengetahui seluruh informasi dan isu melalui media terkait dengan pelayanan

publik dari instansi pemerintah (Warkentin & Orgeron, 2020). Tingkat kepercayaan publik mengacu pada integritas, kompetensi, loyalitas, dan keterbukaan dari kepolisian kepada masyarakat terkait tingkat kepercayaan publik (Robbins & Judge, 2008).

Teori Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications adalah salah satu teori yang berfokus pada audiens sebagai pengguna aktif media, bukan hanya penerima pasif. Pendekatan ini melihat audiens sebagai individu yang secara selektif menggunakan media untuk mencapai tujuan mereka sendiri.

Teori ini memiliki lima asumsi utama. Pertama, audiens secara aktif memilih media yang ingin mereka konsumsi. Kedua, audiens memiliki tujuan dalam memilih media; mereka bertanggung jawab untuk memilih konten yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Ketiga, berbagai jenis media bersaing untuk mendapatkan perhatian audiens, sehingga lembaga media berusaha membuat konten yang menarik. Keempat, faktor sosial dan lingkungan mempengaruhi pilihan media audiens, artinya yang terjadi di sekitar mereka juga berperan. Kelima, efek media terkait langsung dengan pilihan konsumsi audiens, sehingga media hanya berpengaruh jika dipilih oleh audiens itu sendiri. Secara garis besar teori ini menekankan bahwa audiens memiliki kendali besar atas media yang mereka pilih untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut teori ini, kepuasan yang dicari

melalui media bergantung pada keyakinan tentang apa yang dapat diberikan oleh media tersebut. Peran konsumsi media tentunya berdasarkan kebutuhan, dengan begitu konsumsi media dapat menghasilkan persepsi tentang kepuasan yang nantinya akan menjadi umpan balik untuk memperkuat atau mengubah persepsi seseorang.

HIPOTESIS

H1 : Terdapat pengaruh negatif antara intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal (X1) dan intensitas konsumsi E-WOM (X2) terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada kepolisian (Y)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian eksplanatori. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability, yaitu sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Jumlah sampel yang diambil sebesar 100 orang dengan kriteria subjek, yaitu laki- laki maupun perempuan, berusia 18-34 tahun bertempat tinggal di Indonesia, aktif menggunakan media sosial X, dan pernah menerima, mendapatkan, menulis, dan berinteraksi dengan pemberitaan polisi brutal dalam Aksi Peringatan Darurat di media sosial X. Teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner dalam bentuk google form kepada responden yang sesuai dengan kriteria

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian data menjelaskan bahwa korelasi atau hubungan (R) Intensitas Konsumsi Pemberitaan Polisi Brutal sebesar 0,918. Menurut (Sugiyono, 2007) rentang nilai korelasi 0,80-1,00 dikategorikan hubungan yang sangat erat. Hasil koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,844 yang menandakan terdapat pengaruh antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y sebanyak 84,4%. Dengan begitu, sisa dari nilai 84,4% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Diketahui juga nilai signifikansi $0,000 < 0,01$ yang artinya terdapat korelasi yang signifikan antara variabel X1 dan X2 terhadap Y. Hasil nilai konstant sebesar 48,832 dan nilai koefisien regresi X1 sebesar -0,388 dan X2 sebesar -0,450. Serta nilai signifikansi dari kedua variabel X1 dan X2 $< 0,01$. Selain itu, nilai t hitung dari kedua variabel X1 dan X2 $< -2,626$ sehingga terdapat pengaruh secara signifikan sehingga (H1) diterima. Hasil dari kedua variabel antara X1 dan X2 yang memberikan pengaruh lebih kuat terhadap variabel Y adalah variabel X2. Hal ini dikarenakan nilai standar koefisien variabel X2 sebesar 53% yang dimana angka tersebut lebih besar dari angka standar koefisien X1 sebesar 39%.

Hal ini sejalan dengan teori Uses and Gratifications, yang menjelaskan bahwa audiens memilih dan mengkonsumsi media berdasarkan kebutuhan dan tujuan mereka serta masyarakat

memiliki kebutuhan individu untuk mendapatkan pandangan yang lebih lengkap seperti kolom komentar. Kepuasan yang dicari melalui media bergantung pada keyakinan tentang apa yang dapat diberikan oleh media tersebut. Secara. Dalam hal ini, audiens cenderung mengkonsumsi informasi yang relevan dengan pandangan atau perasaan mereka yang memahami situasi politik, yang bisa membentuk perspektif mereka. Berdasarkan teori ini, responden terus menerus mengkonsumsi pemberitaan dan E-WOM polisi brutal cenderung merasakan kepuasan kognitif atau emosional dalam menanggapi peristiwa tersebut, yang pada gilirannya menurunkan kepercayaan mereka terhadap lembaga kepolisian. Hal ini memperlihatkan bagaimana penggunaan media sosial dapat mempengaruhi persepsi masyarakat secara signifikan.

Hasil dari penelitian ini juga memvalidasi penelitian oleh Handayani (2020) yang menyelidiki intensitas konsumsi berita penipuan e-commerce dan intensitas komunikasi kelompok rujukan terhadap tingkat minat beli pada situs belanja online. Hasil dari penelitian sebelumnya menunjukkan terkait intensitas konsumsi berita penipuan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat minat beli. Walaupun penelitian mereka membahas tingkat minat beli, namun dalam penelitian yang dilakukan sejalan dengan penelitian saya yang dimana ketika masyarakat sering mengkonsumsi pemberitaan yang negatif maka dapat memicu turunya tingkat kepercayaan masyarakat.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahapan pengumpulan data dan analisis data, beberapa kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

1. Dalam variabel intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal (X1) dan intensitas konsumsi E-WOM (X2) terhadap tingkat kepercayaan masyarakat (Y) memiliki pengaruh sangat signifikan dengan begitu hipotesis (H1) diterima. Dalam variabel ini menjelaskan bahwa terdapat nilai negatif dalam koefisien regresi dengan begitu dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal (X1) dan intensitas konsumsi E-WOM (X2) maka akan minus atau menurunkan Tingkat Kepercayaan Masyarakat (Y).
2. Hasil statistik juga menjelaskan kedua variabel antara X1 dan X2 yang memberikan pengaruh lebih kuat terhadap variabel Y adalah variabel X2. Hal ini dikarenakan nilai standar koefisien variabel X2 sebesar 53% yang dimana angka tersebut lebih besar dari angka standar koefisien X1 sebesar 39%.

SARAN

1) Teoritis

Penelitian ini memperkaya Uses and Gratifications Theory dengan mengkaji bagaimana intensitas konsumsi pemberitaan polisi brutal dan intensitas konsumsi E-WOM dalam konteks peringatan darurat di media sosial memenuhi kebutuhan informasi, opini, dan validasi sosial bagi masyarakat. Mengembangkan pemahaman tentang bagaimana individu memilih, menafsirkan, dan merespons informasi yang mereka konsumsi di media sosial dalam membentuk persepsi terhadap institusi publik.

2) Praktis

Membantu kepolisian memahami dampak pemberitaan dan E-WOM terhadap citra dan tingkat kepercayaan publik, sehingga dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif. Serta, menyediakan data empiris bagi kepolisian dalam merancang kebijakan komunikasi publik, terutama dalam menangani isu-isu yang sensitif di media sosial.

3) Sosial

Bagi masyarakat, untuk selalu mengawasi lembaga kepolisian agar ketika terjadi satu kesalahan yang dilakukan oleh kepolisian maka langsung mendapatkan respon dari masyarakat sehingga kesalahan tersebut akan menjadi evaluasi pada lembaga kepolisian sehingga tetap berada pada kinerja yang baik sesuai dengan fokus utama lembaga kepolisian.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, E. S. (2023). *Wajah Polisi Presisi: Melahirkan Banyak Inovasi dan Prestasi*. PT. RajaGrafindo Persada - Rajawali Pers.
- Rahayu, S., & Hamidah, T. (2022). The Correlation Between Narcissistic Tendency and Subjective Well Being with the Intensity of TikTok Social Media Use on Adolescents. *Proceedings of the 3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, 655, 1755–1761.
- Suciska, W., & Gunawibawa, E. Y. (2020). Pola Konsumsi Berita pada Kelompok Khalayak Digital di Kota Bandar Lampung. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 17(2), 249–266. <https://doi.org/10.24002/jik.v17i2.2484>
- Rakhmat, J. (2001). *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & Melly A.D, Y. S. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *FORUM EKONOMI*, 23(4), 648–657. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10111>

- Gultom, R. N. (2022). Pengaruh Terpaan Iklan dan Electronic Word of Mouth Konten #racunshopee di Tiktok terhadap Minat Beli Produk Somethinc (Studi pada Generasi Z Followers Akun TikTok @somethincofficial). Universitas Kristen Satya Wacana. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2022.101441>
- Araujo, T., Helberger, N., Kruikemeier, S., & de Vreese, C. H. (2020). In AI we trust? Perceptions about automated decision-making by artificial intelligence. *AI & SOCIETY*, 35(3), 611–623. <https://doi.org/10.1007/s00146-019-00931-w>
- Arshad, S., & Khurram, S. (2020). Can government's presence on social media stimulate citizens' online political participation? Investigating the influence of transparency, trust, and responsiveness. *Government Information Quarterly*, 37(3), 101486. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101486>
- Shi, J., Dai, X., Duan, K., & Li, J. (2023). Exploring the performances and determinants of public service provision in 35 major cities in China from the perspectives of efficiency and effectiveness. *Socio-Economic Planning Sciences*, 85, 101441. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2022.101441>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2008). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Qorib, F. (2020). Pola Konsumsi Media pada Generasi Milenial Kota Malang. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 53–71. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i1.14>

